

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа татаристики и тюркологии им.Габдуллы Тукая



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Талюцкий Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Маркетинг ФТД.Б.1

Направление подготовки: 032700.62 - Филология

Профиль подготовки: Прикладная филология (Татарский язык и литература, этнодизайн)

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Еманова Ю.Г. , Яо М.К.

Рецензент(ы):

Салахов Р.Ф.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Салахов Р. Ф.

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

Учебно-методическая комиссия Института филологии и межкультурной коммуникации (Высшая школа татаристики и тюркологии им.Габдуллы Тукая):

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

Регистрационный No 902329717

Казань
2017

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) доцент, к.н. (доцент) Еманова Ю.Г. Кафедра дизайна и национальных искусств Высшая школа татаристики и тюркологии им.Габдуллы Тукая , Juliaana.Emanova@kpfu.ru ; доцент, к.н. (доцент) Яо М.К. Кафедра дизайна и национальных искусств Высшая школа татаристики и тюркологии им.Габдуллы Тукая , Mihail.Yao@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Курс "Маркетинг" представляет собой звено среди предметов профессиональной подготовки, в котором дается методологическая основа для понимания сущности рекламы, принципов её создания и понимания целевого назначения. Курс направлен на специализацию знаний о дизайне, практическое применение и интерпретацию знаний, полученных на предметах "Основы композиции", "Цветоведение", "Формообразование". Полученные знания расширяют и углубляют представления о визуальной сущности дизайна. Цель дисциплины сформировать представление о специфике выразительных средств визуальной рекламы. Задачей является теоретическое знакомство с рекламой с позиций теории коммуникации и маркетинга, раскрытие функционального назначения рекламы визуальными средствами.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " ФТД.Б.1 Факультативы" основной образовательной программы 032700.62 Филология и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел " БЗ.ДВ.13 Профессиональный" основной образовательной программы 050100.62 Педагогическое образование и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел вариативной части профессионального цикла (Б 3.3/в. 14). Осваивается на первом курсе (1 семестр).

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ск 1	Готов к анализу и интерпретации художественных произведений, стилей, жанров и направлений мирового изобразительного искусства
ск 2	Владеет представлениям об основных этапах, направлениях развития отечественного изобразительного искусства, способен устанавливать параллели с эволюцией западно-европейского искусства
ск 3	Готов к толерантному и уважительному отношению к историческому наследию и художественно-культурным традициям русского, татарского и других народов, участию в разработке и проведении художественных выставок, к творческой работе в многонациональном коллективе
ск 4	Готов к созданию высокохудожественных творческих работ с использованием различных художественных материалов, образцов, изделий народного декоративно-прикладного искусства

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- элементы фирменного стиля;
- специфику визуального языка рекламы: особенности композиции, цвета, формы;
- соотношение иллюстрации и текста в рекламе;
- методы кодирования в рекламе;
- выразительные особенности различных носителей рекламы.

2. должен уметь:

- формировать рекламное обращение на основе соотношения утилитарного целевого назначения рекламы с эстетическими требованиями к ней;
- создавать оригинальный дизайн-проект рекламного обращения средствами компьютерных технологий.

3. должен владеть:

Навыками творческого обобщения полученных знаний, для воплощения их в работе над дизайн-проектом, используя оптимальные методы кодирования информационной, эмоциональной и экспрессивной составляющих рекламы.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Применять полученные знания в разработке визуальной рекламы.

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. Роль и значение рекламы в современных условиях. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.	8		1	0	0	Письменное домашнее задание
2.	Тема 2. Реклама и теория коммуникации.	8		1	2	0	Письменное домашнее задание

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
3.	Тема 3. Фирменный стиль.	8		1	2	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Товарный знак.	8		1	2	0	Устный опрос
5.	Тема 5. Задачи иллюстрирования в рекламе.	8		1	2	0	Устный опрос
6.	Тема 6. . Место иллюстрации в объявлении.	8		1	2	0	Письменное домашнее задание
7.	Тема 7. Размер иллюстрации.	8		0	2	0	Письменное домашнее задание
8.	Тема 8. Форма рекламного обращения	8		1	2	0	Устный опрос
9.	Тема 9. Содержание иллюстрации.	8		1	2	0	Устный опрос
10.	Тема 10. Представление визуальной информации.	8		1	2	0	Письменное домашнее задание
11.	Тема 11. Функции цвета в рекламе.	8		1	2	0	Творческое задание
12.	Тема 12. Композиция в рекламе.	8		1	2	0	Творческое задание
13.	Тема 13. Шрифт в рекламе.	8		1	0	0	Устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	Зачет
	Итого			12	22	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Роль и значение рекламы в современных условиях. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Функции рекламы. Закон РФ ?О рекламе. Коммуникационные характеристики рекламы. Классификации рекламы.

Тема 2. Реклама и теория коммуникации.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Реклама как смысловая коммуникация. Функции социальной коммуникации. Основные элементы схемы рекламной коммуникации: отправитель, кодирование, рекламное обращение, каналы коммуникации, получатель, декодирование, обратная связь, барьеры, помехи. . Посредник в коммуникации, тестимониум. Рекламная пирамида. Медиапланирование. Физические, семантические и психологические помехи.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Кодирование с позиции семиотики. Символы, архетипы, стереотипы, методы НЛП в кодировании рекламы

Тема 3. Фирменный стиль.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Функции фирменного стиля. Брендинг. Элементы фирменного стиля: товарный знак, логотип (фирменная шрифтовая надпись), фирменный блок, слоган (фирменный лозунг),

практическое занятие (2 часа(ов)):

Фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов, корпоративный герой, постоянный коммуникант (лицо фирмы), др. фирменные константы.

Тема 4. Товарный знак.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Требования к товарному знаку. Закон РФ "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара".

практическое занятие (2 часа(ов)):

Правовые требования к товарному знаку. Рекламоспособность товарного знака.

Тема 5. Задачи иллюстрирования в рекламе.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Функции иллюстрации в рекламе: привлекать внимание, представляющая, организующая, интерпретирующая, трансформирующая, декоративная.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Тип рекламы в зависимости от соотношения иллюстрации и текста.

Тема 6. Место иллюстрации в объявлении.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Функции иллюстрации. краткая история

практическое занятие (2 часа(ов)):

Виды иллюстрации. Иллюстрация в рекламе

Тема 7. Размер иллюстрации.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Значение размера и месторасположения рекламных иллюстраций

Тема 8. Форма рекламного обращения

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Виды и формы обращений в рекламе

практическое занятие (2 часа(ов)):

Стилистика рекламных текстов. понятие потенциальной аудитории

Тема 9. Содержание иллюстрации.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Закон о рекламе РФ. содержание иллюстрации

практическое занятие (2 часа(ов)):

Закон о рекламе РФ. содержание иллюстрации

Тема 10. Представление визуальной информации.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Особенности восприятия различных геометрических форм. Особенности сочетаемости различных геометрических форм. Формы связанные с содержанием рекламы по смыслу.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Мотивы, используемые в рекламе. Социальная реклама. Представление товара, типичных потребителей, выгод, знаменитостей, персонажей и т.д. Визуальные эффекты.

Тема 11. Функции цвета в рекламе.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Этические и правовые нормы изображения в рекламе. Эмоциональный фон. Мимика и жесты персонажей. Закон РФ ?Об авторских и смежных правах.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Фотография. Рисунок. Представление статистической информации: графики, диаграммы, гистограммы, таблицы. Заголовок. Карты. Логотип. Символы. Коллаж.

Тема 12. Композиция в рекламе.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Особенности восприятия цвета и цветовых соотношений. Отражательная способность цвета. Холодные и теплые цвета, особенности их восприятия. Запоминаемость цветов. Особенности восприятия цвета и формы. Сочетание цвета и текста. Вибрация цветов

практическое занятие (2 часа(ов)):

Принципы композиции. Сбалансированность: формальный и неформальный баланс. Направленность взгляда. Целостность. Средства гармонизации: симметрия, асимметрия, пропорция, ритм, динамика и статика, контраст и нюанс.

Тема 13. Шрифт в рекламе.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Требования к шрифту: читаемость, ассоциативность, гармоничность, акцентированность. Межбуквенные промежутки. Стили начертания шрифтов: латинские, рубленые, брусковые, наклонные, орнаментированные. Длина строки. Ориентация строк в пространстве. Абзацы. Колонки. Выключка. Кегль и гарнитура.

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. Роль и значение рекламы в современных условиях. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.	8		подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
2.	Тема 2. Реклама и теория коммуникации.	8		подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
3.	Тема 3. Фирменный стиль.	8		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
4.	Тема 4. Товарный знак.	8		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
5.	Тема 5. Задачи иллюстрирования в рекламе.	8		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
6.	Тема 6. Место иллюстрации в объявлении.	8		подготовка домашнего задания	4	домашнее задание

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
7.	Тема 7. Размер иллюстрации.	8		подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
8.	Тема 8. Форма рекламного обращения	8		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
9.	Тема 9. Содержание иллюстрации.	8		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
10.	Тема 10. Представление визуальной информации.	8		подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
11.	Тема 11. Функции цвета в рекламе.	8		подготовка к творческому заданию	2	творческое задание
12.	Тема 12. Композиция в рекламе.	8		подготовка к творческому заданию	4	творческое задание
13.	Тема 13. Шрифт в рекламе.	8		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
	Итого				38	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Лекции

Запись материала лекции

- Устный опрос

- Просмотр видеоматериалов показов коллекций

- Встречи с художниками-дизайнерами, искусствоведами.

Самостоятельная работа

самостоятельное изучение теоретического материала по рекомендованной преподавателем литературе;

Практическая работа □

Выступления на зачете с защитой индивидуального проекта

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

Тема 1. Роль и значение рекламы в современных условиях. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.

домашнее задание , примерные вопросы:

изучение литературы

Тема 2. Реклама и теория коммуникации.

домашнее задание , примерные вопросы:

Виды рекламы

Тема 3. Фирменный стиль.

устный опрос , примерные вопросы:

собрать и проанализировать образцы фирменного стиля

Тема 4. Товарный знак.

устный опрос , примерные вопросы:

собрать образцы товарных знаков, сделать коллаж

Тема 5. Задачи иллюстрирования в рекламе.

устный опрос , примерные вопросы:

подготовиться к опросу

Тема 6. Место иллюстрации в объявлении.

домашнее задание , примерные вопросы:

иллюстрации буклетов

Тема 7. Размер иллюстрации.

домашнее задание , примерные вопросы:

иллюстрации афиш

Тема 8. Форма рекламного обращения

устный опрос , примерные вопросы:

написать устные формы рекламных обращений на выбор

Тема 9. Содержание иллюстрации.

устный опрос , примерные вопросы:

иллюстрации в рекламе различных групп окупателей

Тема 10. Представление визуальной информации.

домашнее задание , примерные вопросы:

визуальная реклама

Тема 11. Функции цвета в рекламе.

творческое задание , примерные вопросы:

собрать и разделить на группы рекламные образцы

Тема 12. Композиция в рекламе.

творческое задание , примерные вопросы:

эскиз рекламных буклетов

Тема 13. Шрифт в рекламе.

устный опрос , примерные вопросы:

шрифтовая реклама

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Примерные вопросы к экзамену:

1. Роль и значение рекламы в современных условиях. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.
2. Функции рекламы. Закон РФ "О рекламе".
3. Коммуникационные характеристики рекламы. Классификации рекламы.
4. Реклама и теория коммуникации. Реклама как смысловая коммуникация. Функции социальной коммуникации.
5. Основные элементы схемы рекламной коммуникации: отправитель, кодирование, рекламное обращение, каналы коммуникации, получатель, декодирование, обратная связь, барьеры, помехи.
6. Кодирование с позиции семиотики. Символы, архетипы, стереотипы, методы НЛП в кодировании рекламы.
7. Посредник в коммуникации, testimoniум. Рекламная пирамида.
8. Медиапланирование. Физические, семантические и психологические помехи.

9. Фирменный стиль. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля: товарный знак, логотип (фирменная шрифтовая надпись), фирменный блок, слоган (фирменный лозунг).
10. Фирменный стиль. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля: фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов, корпоративный герой, постоянный коммуникант (лицо фирмы), др. фирменные константы.
11. Товарный знак. Требования к товарному знаку. Закон РФ "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара".
12. Правовые требования к товарному знаку. Рекламоспособность товарного знака.
13. Задачи иллюстрирования в рекламе. Функции иллюстрации в рекламе: привлекать внимание, представляющая, организующая, интерпретирующая, трансформирующая, декоративная.
14. Тип рекламы в зависимости от соотношения иллюстрации и текста.
15. Место иллюстрации в рекламе. Диагональ чтения. Оптический центр. Расположение иллюстрации и текста.
16. Размер иллюстрации в рекламе. Соотношение основных и второстепенных элементов.
17. Форма рекламного объявления. Особенности восприятия различных геометрических форм.
18. Особенности сочетаемости различных геометрических форм.
19. Формы связанные с содержанием рекламы по смыслу.
20. Виды иллюстраций. Фотография. Рисунок. Представление статистической информации: графики, диаграммы, гистограммы, таблицы.
21. Виды иллюстраций. Заголовок. Карты. Логотип. Символы. Коллаж.
22. Содержание рекламы. Мотивы, используемые в рекламе. Социальная реклама. Представление товара, типичных потребителей, выгод, знаменитостей, персонажей и т.д.
23. Визуальные эффекты. Этические и правовые нормы изображения в рекламе.
24. Эмоциональный фон. Мимика и жесты персонажей.
25. Цвет в рекламе. Функции цвета в рекламе. Особенности восприятия цвета и цветовых соотношений. Отражательная способность цвета. Холодные и теплые цвета, особенности их восприятия. Запоминаемость цветов.
26. Особенности восприятия цвета и формы. Сочетание цвета и текста. Вибрация цветов.
27. Принципы композиции в рекламе. Сбалансированность: формальный и неформальный баланс.
28. Направленность взгляда. Целостность.
29. Средства гармонизации: симметрия, асимметрия, пропорция, ритм, динамика и статика, контраст и нюанс.
30. Требования к шрифту: читаемость, ассоциативность, гармоничность, акцентированность.
31. Стили начертания шрифтов: латинские, рубленые, брусковые, наклонные, орнаментированные.
32. Межбуквенные промежутки. Длина строки. Ориентация строк в пространстве. Абзацы. Колонки. Выключка. Кегль и гарнитура.

7.1. Основная литература:

Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский госунар. технич. универ. (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.
<http://znanium.com/bookread.php?book=429223> ЭБС 'Знаниум'

7.2. Дополнительная литература:

Хворостов Д.А. 3D StudioMax + V-Ray. Проектирование дизайна среды: Учебное пособие / Д.А. Хворостов. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 272 с.
<http://znanium.com/bookread.php?book=460461> ЭБС 'Знаниум'

7.3. Интернет-ресурсы:

"Adme.ru" - <http://www.adme.ru/>

Remember, hope inside all of us is - <http://vk.com/remember>

Люблю творчество - <http://vk.com/adme>

РекламаДизайн.рф - реклама и дизайн - <http://vk.com/reklamadesign>

Шедевры рекламы - <http://vk.com/bestad>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Маркетинг" 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.

Лингафонный кабинет, представляющий собой универсальный лингафонно-программный комплекс на базе компьютерного класса, состоящий из рабочего места преподавателя (стол, стул, монитор, персональный компьютер с программным обеспечением SANAKO Study Tutor, головная гарнитура), и не менее 12 рабочих мест студентов (специальный стол, стул, монитор, персональный компьютер с программным обеспечением SANAKO Study Student, головная гарнитура), сетевого коммутатора для структурированной кабельной системы кабинета.

Лингафонный кабинет представляет собой комплекс мультимедийного оборудования и программного обеспечения для обучения иностранным языкам, включающий программное обеспечение управления классом и SANAKO Study 1200, которые дают возможность использования в учебном процессе интерактивные технологии обучения с использованием современных мультимедийных средств, ресурсов Интернета.

Программный комплекс SANAKO Study 1200 дает возможность инновационного ведения учебного процесса, он предлагает широкий спектр видов деятельности (заданий), поддерживающих как практики слушания, так и тренинги речевой активности: практика чтения, прослушивание, следование образцу, обсуждение, круглый стол, использование Интернета, самообучение, тестирование. Преподаватель является центральной фигурой процесса обучения. Ему предоставляются инструменты управления классом. Он также может использовать многочисленные методы оценки достижений учащихся и следить за их динамикой. SANAKO Study 1200 предоставляет учащимся наилучшие возможности для выполнения речевых упражнений и заданий, основанных на текстах, аудио- и видеоматериалах. Вся аудитория может быть разделена на подгруппы. Это позволяет организовать отдельную траекторию обучения для каждой подгруппы. Учащиеся могут работать самостоятельно, в автономном режиме, при этом преподаватель может контролировать их действия. В состав программного комплекса SANAKO Study 1200 также входит модуль Examination Module - модуль создания и управления тестами для проверки конкретных навыков и способностей учащегося. Гибкость данного модуля позволяет преподавателям легко варьировать типы вопросов в тесте и редактировать существующие тесты.

Также в состав программного комплекса SANAKO Study 1200 также входит модуль обратной связи, с помощью которых можно в процессе занятия провести экспресс-опрос аудитории без подготовки большого теста, а также узнать мнение аудитории по какой-либо теме.

Каждый компьютер лингафонного класса имеет широкополосный доступ к сети Интернет, лицензионное программное обеспечение. Все универсальные лингафонно-программные комплексы 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, audi, 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 "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 032700.62 "Филология" и профилю подготовки Прикладная филология (Татарский язык и литература, этнодизайн) .

Автор(ы):

Еманова Ю.Г. _____

Яо М.К. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Салахов Р.Ф. _____

"__" _____ 201__ г.