

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Гаскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор	МИНОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	
Дата подписания: 06.07.2025 15:46:57 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bf69867b6cb77a484b9a8788b8722727	Рабочая программа дисциплины "Видео- и аудиопроизводство коммуникационного продукта" по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" направленности (профиль) Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1

Рабочая программа дисциплины (модуля)*

Видео- и аудиопроизводство коммуникационного продукта

Направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

очная

Год(ы) набора 2025-2026

*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2025 г.

Видео- и аудиопроизводство коммуникационного продукта

Направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

очная

Челябинск 2025 г.

***Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности

Год(ы) набора 2025-2026

Проректор по учебной работе

утверждено 24.02.25

А.А. Саламатов

Ученым советом факультета журналистики

Протокол заседания № 8 от 10.02.2025

Председатель Ученого совета

факультета журналистики

согласовано

Б. Н. Киршин

Заседанием кафедры медиапроизводства

Протокол заседания № 8 от 06.02.2025

Заведующий кафедрой

согласовано

С.А. Гладков

Автор (составитель)

В.В. Цветкова

Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 247-1



Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
 - 6.1. Перечень видов оценочных средств
 - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
 - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
 - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
 - 7.1. Рекомендуемая литература
 - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели дисциплины – сформировать у студента представления о принципах создания и распространения видео- и аудиопродукта в медиакоммуникациях.

Цель предполагает ряд конкретных задач курса:

- изучение особенности процессов производства и потребления видео- и аудиопродуктов;
- усвоение концепций создания видео- и аудиопродукта;
- изучение форм функционирования видео- и аудиопродуктов в медиаиндустрии.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: Б1.О.03.03

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

В качестве дисциплины, необходимой для данного курса как предшествующая, выступает курс "Основы медиаэкономики" и курсы, связанные с визуальными коммуникациями

Основы полиграфии

Психология визуального восприятия

Цифровые коммуникации

Основы медиаэкономики

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Дисциплина закладывает основы для дальнейшего изучения специфики медиакоммуникации.

Основы создания фирменного стиля

Инфографика и техники визуализации коммуникационного продукта

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Знать:

Для достижения УК-2.1.:

Знать теоретические основы принятия решений в сфере управления проектами

Для достижения УК-2.2.:

Знать правила выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора

Для достижения УК-2.3.:

Знать особенности проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений

Уметь:

Для достижения УК-2.1.:

Уметь работать с теоретическими основами принятия решений в сфере управления проектами

Для достижения УК-2.2.:

Уметь выявлять и анализировать различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументировать их выбор

Для достижения УК-2.3.:

Уметь проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений

Владеть:



Рабочая программа дисциплины "Видео- и аудиопроизводство коммуникационного продукта" по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 4

Для достижения УК-2.1.:

Владеть навыками использования теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами

Для достижения УК-2.2.:

Владеть навыками выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора

Для достижения УК-2.3.:

Владеть навыками проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений

ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Знать:

Для достижения ОПК-1.1.:

Знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

Для достижения ОПК-1.2.:

Знать основные принципы подготовки журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Уметь:

Для достижения ОПК-1.1.:

Уметь определять в деятельности отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

Для достижения ОПК-1.2.:

Уметь применять принципы подготовки журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Владеть:

Для достижения ОПК-1.1.:

Владеть опытом различения особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

Для достижения ОПК-1.2.:

Владеть алгоритмом подготовки журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ПК-1: Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Знать:

Для достижения ПК-1.1.:

Знать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.2.:

Знать специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.3.:

Знать основы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Для достижения ПК-1.4.:

Знать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде

Уметь:

Для достижения ПК-1.1.:

Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.2.:

Уметь применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта при создании информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.3.:

Уметь отбирать материал для сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Для достижения ПК-1.4.:



Уметь подбирать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн- и онлайн-среде

Владеть:

Для достижения ПК-1.1.:

Владеть навыками определения специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.2.:

Владеть навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.3.:

Владеть навыками проведения специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Для достижения ПК-1.4.:

Владеть навыками трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн- и онлайн-среде

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- Знать теоретические основы принятия решений в сфере управления проектами
3.1.2	- Знать правила выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора
3.1.3	- Знать особенности проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
3.1.4	- Знать о правилах и принципах деловой устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
3.1.5	- Знать правила деловой коммуникации в устной и письменной формах, правила использования методов и навыков делового общения
3.1.6	- Знать принципы делового общения на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
3.2	Уметь:
3.2.1	- Уметь работать с теоретическими основами принятия решений в сфере управления проектами
3.2.2	- Уметь выявлять и анализировать различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументировать их выбор
3.2.3	- Уметь проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
3.2.4	- Уметь использовать правила и принципы деловой устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
3.2.5	- Уметь осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах, использовать методы и навыки делового общения
3.2.6	- Уметь общаться на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
3.3	Владеть:
3.3.1	- Владеть навыками использования теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами
3.3.2	- Владеть навыками выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора
3.3.3	- Владеть навыками проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
3.3.4	- Владеть устной и письменной коммуникацией на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
3.3.5	- Владеть навыками коммуникации в устной и письменной формах и навыками делового общения
3.3.6	- Владеть навыками делового общения на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)



4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 72	Виды контроля в семестрах: зачеты 5
в том числе :	
аудиторные занятия : 34	
самостоятельная работа : 34,5	
контактная работа: 37,5	
ИКР: 3,5	

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
Раздел 1. Производство рекламы в медиаиндустрии				
1.1	Специфика построения рекламного сообщения /Лаб/	5	4	Л2.1 Л2.6 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.2	Художественные средства рекламы /Лаб/	5	6	Л2.1 Л2.4 Л2.6 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.3	Дизайн в рекламе: этапы проектирования /Лаб/	5	6	Л2.1 Л2.6 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.4	Мультимедиа в рекламе /Лаб/	5	6	Л2.1 Л2.6 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.5	Структура вербального текста рекламы /Пр/	5	6	Л2.1 Л2.6 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.6	Маркетинговая информация в рекламном тексте /Пр/	5	4	Л2.1 Л2.2 Л2.6 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.7	Композиция в дизайне рекламы /Пр/	5	2	Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.8	Изобразительные средства рекламы /Пр/	5	2	Л2.1 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.9	Реклама: функции и структура /Лаб/	5	4	Л2.1 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.10	Типы и виды рекламы /Ср/	5	1	Л2.1 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.11	Реклама как современная мифология /Ср/	5	1	Л2.1 Л2.6 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
Раздел 2. Функционирование рекламы в медиаиндустрии				
2.1	Размещение традиционной визуальной рекламы /Лаб/	5	2	Л2.1 Л2.6 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.2	Размещение видеорекламы и сетевой рекламы /Лаб/	5	2	Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.3	Психология рекламы /Лаб/	5	4	Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.4	Композиция рекламного сценария /Пр/	5	6	Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5



2.5	Архетипические модели в рекламе /Пр/	5	6	Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.6	Отражение гендерных стереотипов в рекламе. Реклама и человек /Пр/	5	4	Л2.1 Л2.6 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.7	Функционирование синтетических видов рекламы /Пр/	5	4	Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.8	Реклама в системе социокультурных отношений /Ср/	5	1	Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.6 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.9	Основные художественные средства визуальной рекламы /Ср/	5	1	Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

творческие задания
вопросы к зачёту

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Творческие задания:

Задание №1. Структура вербального текста рекламы

Создайте вербальный рекламный текст одного и того же продукта (услуги) для различной аудитории:

1. женская аудитория 18-14;
2. мужская аудитория 18-24;
3. женская аудитория 24-35;
4. мужская аудитория 45+;

Задание №2. Композиция в дизайне рекламы

Предложите два варианта композиции рекламного визуального сообщения для различной аудитории:

1. женская аудитория 24-35;
2. мужская аудитория 35-44;

Задание №3. Архетипические модели в рекламе

Создайте рекламный макет визуального сообщения с архетипическими моделями:

1. семьи;
2. элитного потребления;
3. экономичного потребления.

Задание №4. Гендерные стереотипы в рекламе

Создайте рекламный макет визуального сообщения с одним из гендерных стереотипов:

1. рассчитанный на мужчин;
2. рассчитанный на женщин;
3. рассчитанный на детей и подростков.

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету:

1. Специфика построения рекламного сообщения



2. Художественные средства рекламы
3. Дизайн в рекламе: этапы проектирования
4. Мультимедиа в рекламе
5. Размещение традиционной визуальной рекламы
6. Размещение видеорекламы и сетевой рекламы
7. Психология рекламы
8. Структура вербального текста рекламы
9. Маркетинговая информация в рекламном тексте
10. Композиция в дизайне рекламы
11. Изобразительные средства рекламы
12. Композиция рекламного сценария
13. Архетипические модели в рекламе
14. Отражение гендерных стереотипов в рекламе. Реклама и человек
15. Функционирование синтетических видов рекламы
16. Реклама: функции и структура
17. Типы и виды рекламы
18. Реклама как современная мифология
19. Реклама в системе социокультурных отношений
20. Основные художественные средства визуальной рекламы

6.4. Критерии оценивания

Оценивание студента при текущем контроле ведется по двум критериям:

- путем фиксации посещения занятий (максимум за семестр - 20 баллов)
- по активности студента на занятиях и успешности выполнения творческих заданий (до 10 баллов за каждую работу).

Итоговый зачет проводится в присутствии преподавателя и предполагает письменный развернутый, полный ответ на теоретический вопрос. Вопросы составляются с учётом материала, пройденного как на лабораторных занятиях, так и на практических занятиях. Время, отводимое на выполнение итоговой работы, 40 минут.

Если в семестре студент не набрал 40 баллов, он допускается к отчетности, однако отвечает на дополнительные вопросы по пропущенным (неотработанным) темам. В случае если он не справляется с пропущенным материалом, он получает неудовлетворительную оценку и имеет право на передачу после сессии в установленные сроки. Передача также проходит в виде ответов по пропущенным темам и затем сдачи основной отчетности (вопросов или заданий зачета или экзамена).

Итоговая оценка учитывает баллы, полученные за контрольные работы, домашние работы и за активную работу на занятиях, баллы, полученные на экзамене (40 баллов максимум; если оценка за зачет не превышает 20 баллов, студент получает неудовлетворительную оценку). Итоговая оценка выставляется по 100-балльной шкале, исходя из полученной суммы баллов:

Ниже 50 баллов – «незачтено»; в случае если экзамен/зачет сдан ниже чем на 20 баллов – «незачтено» даже в случае успешной работы в семестре;

От 51 и выше - "Зачтено".

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л12.1	Хохлова М. Т.	Реклама на медиарынке: научная литература (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89932)	Москва : Лаборатория книги, 2010	ЭБС
Л12.2	Казакова М.	Реклама: практическое пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96915)	Москва : Лаборатория книги, 2010	ЭБС



	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л2.3	Егорова М. В.	Менеджмент: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258868)	Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2010	ЭБС
Л2.4	Сергеева Е. А., Брысаев А. С.	Менеджмент и Маркетинг: учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259050)	Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2010	ЭБС
Л2.5	Корконосенко Сергей Григорьевич, Ворошилов В. В.	Право и этика СМИ: Учеб. пособие	Санкт- Петербург : Изд- во СПбГУ, 1999	
Л2.6	Гуревич С. М.	Экономика средств массовой информации: учебное пособие	Москва : РИП- холдинг, 2001	
Л2.7	Евстафьев В. А., Ясонов В. Н.	Введение в медиапланирование: учебное пособие для начинающих медиапланеров	Москва : РИП- холдинг, 2001	
Л2.8	Варганова	Медиаэкономика зарубежных стран: Учебное пособие	Москва : Аспект Пресс, 2003	

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг. – URL: http://biblioclub.ru/ .
Э2	eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. – URL: http://elibrary.ru/defaultx.asp .
Э3	Библиографические базы данных ИНИОН РАН [Электронный ресурс] : сайт. – URL: http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/
Э4	Единое окно доступа к информационным ресурсам [Электронный ресурс] : сайт / ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». – Москва, 2005 – . – URL: http://window.edu.ru/ .
Э5	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации [Электронный ресурс] : официальный сайт. – URL: https://minobrnauki.gov.ru/ .

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

Adobe Connect Acrobat

LMS Moodle

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: <https://elibrary.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
2. APS JOURNALS. Physical Review Letters, Physical Review X, Physical Review, and Reviews of Modern Physics : журналы American Physical Society : сайт. – URL: <http://journals.aps.org/about>. – Яз. англ. – Режим доступа: только из сети университета. – Текст : электронный.
3. BOOK.ru : электронно-библиотечная система / издательство КноРус. – URL: <http://www.book.ru/extsearch?Name>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.



Рабочая программа дисциплины "Видео- и аудиопроизводство коммуникационного продукта" по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 10

4. Mathematical Reviews (MR) : реферативная база данных / American Mathematical Society. – URL: <http://www.ams.org/mathscinet/>. – Яз. рус., англ. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
5. Moodle : система управления обучением : [база данных] / Челябинский государственный университет. – Челябинск, [б. г.]. – URL: <http://moodle.uio.csu.ru/login/index.php>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
6. Polpred.com : сайт. – Москва, 1997 – . – URL: <http://polpred.com/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
7. Scopus : реферативная база данных / Elsevier BV. – URL: <http://www.scopus.com/>. – Яз. англ. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
8. Springer Link : [сайт]. – URL: <http://link.springer.com/>. – Яз. англ. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
9. Web of Science : мультидисциплинарная реферативная база данных / компания Thomson Reuters. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
10. Znanium.com : электронно-библиотечная система / Научно- издательский центр ИНФРА-М. – Москва, 2011 – . – URL: <http://znanium.com/>). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
11. Архив научных журналов : [сайт] / Национальный электронно- информационный консорциум (НП НЭИКОН). – URL: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>. – Режим доступа: доступ только из сети университета. – Текст : электронный.
12. Библиографические базы данных ИНИОН РАН. – Текст : электронный // Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН : сайт. – URL: <http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/>.
13. Единое окно доступа к информационным ресурсам : сайт / ФГАУ ГНИИ ИТТ "Информика". – Москва, 2005 – . – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.
14. ИНФОРМИО : электронный справочник [обеспечение всех типов образовательных учреждений нормативными, методическими, научно- практическими материалами]. – URL: <http://www.informio.ru/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
15. Консультант Плюс : справочно-правовая система : база данных / Региональный центр правовой информации Информправо. – Москва, 1992 – . – Режим доступа: из читальных залов библиотеки. – Текст : электронный.
16. Лань : электронно-библиотечная система / издательство Лань. – Санкт- Петербург, 2011 – . – URL: <http://e.lanbook.com/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
17. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации : официальный сайт. – URL: <https://minobrnauki.gov.ru/>. – Текст : электронный.
18. Министерство просвещения Российской Федерации (Минпросвещения России) // Правительство Российской Федерации : сайт. – URL: <http://government.ru/department/390/events/>. – Текст : электронный.
19. Национальная электронная библиотека (НЭБ) : объединенный электронный каталог фондов российских библиотек : сайт. – URL: <http://нэб.рф>. – Режим доступа: из читальных залов библиотеки ЧелГУ. – Текст : электронный.
20. Президентская библиотека : электронная национальная библиотека : сайт / ФГБУ Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина. – Санкт- Петербург, 2009 – . – URL: <https://www.prlib.ru/>. – Текст : электронный.
21. Российское образование : федеральный портал / ФГАУ ГНИИ ИТТ Информика. – Москва, 2002 – . – URL: <http://www.edu.ru/>. – Текст : электронный.
22. Статистические издания России и стран СНГ. – Текст : электронный // EastView : база данных. – URL: <http://udbstat.eastview.com/search/simple.jsp?enc=rus>. – Режим доступа: из сети университета.
23. Университетская библиотека ONLAIN : электронно-библиотечная система / ООО Директмедиа Пабблишинг. – Москва, 2010 – . – URL: <http://biblioclub.ru/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
24. Электронный архив журнала «Знак: Проблемное поле медиаобразования». – Челябинск, 2007 – . URL: <http://journals.csu.ru/index.php/znak/index>. – Текст : электронный.
25. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор) : официальный сайт. – Москва, 2004 – . – URL: <http://obrnadzor.gov.ru/ru/>. – Текст : электронный.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Рабочая программа дисциплины "Видео- и аудиопроизводство коммуникационного продукта" по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 11

26. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов // Российское образование : федеральный портал. – URL: <http://fcior.edu.ru/>. – Текст : электронный.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины осуществляется во 2 корпусе ЧелГУ, расположенном по адресу ул. Молодогвардейцев 70-б, в учебной аудитории, рассчитанной на 25 студентов (аудитория 220).

Для успешного освоения дисциплины аудитория должна быть оборудована мультимедийным комплексом с возможностью выхода в сеть Интернет и локальную сеть университета (через проводное оптоволоконное соединение и через беспроводное соединение посредством Wi-Fi-роутера).

Мультимедийные комплексы включают следующее оборудование:

стационарный мультимедийный видеопроектор Panasonic PT-LB60NTE LCD,3200 ANSI лм XGA(1024x768), активная акустическая система 5.1 Sven HA-430T (5.1 60W+5x20W,remote control), петличная радиосистема UHF-диапазона 1/2U диверситивная(795.075 MHz) MIPRO MR-801A (устанавливается по заявке преподавателя);

Для проведения компьютерного тестирования, вебинаров и интерактивных уроков несколько занятий организуются в стационарном компьютерном классе (организуется в любой аудитории с возможностью беспроводного доступа к сети Интернет с использованием нетбуков). Стационарный компьютерный класс рассчитан на 15 рабочих мест.

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с применением следующего специального оборудования:

а) для лиц с нарушением слуха (акустический усилитель и колонки, мультимедийный проектор);

б) для лиц с нарушением зрения (мультимедийный проектор (использование презентаций с укрупненным текстом);

в) для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата (персональные мобильные компьютеры – нетбуки).

Из числа специальных технических средств обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, предоставляемых Региональным учебно-научным центром инклюзивного образования ЧелГУ, можно отметить также:

– Тифлотехническая аудитория: тифлотехнические средства: брайлевский компьютер с дисплеем и принтером, тифлокомплекс «Читающая машина», телевизионное увеличивающее устройство, тифломагнитолы кассетные и цифровые диктофоны; специальное программное обеспечение: программа речевой навигации JAWS, речевые синтезаторы («говорящая мышь»), экранные лупы.

– Сурдотехническая аудитория: радиокласс «Сонет-Р», программируемые слуховые аппараты индивидуального пользования с устройством задания режима работы на компьютере, интерактивная доска ActiveBoard с системой голосования, акустический усилитель и колонки, мультимедийный проектор, телевизор, видеомагнитофон.

Для самостоятельной работы студентов предусмотрена аудитория, рассчитанная на 15 человек и оборудованная мультимедийным комплексом и выходом в интернет.

- помещения для самостоятельной работы с компьютерной техникой и с возможностью подключения в сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

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

При изучении данной дисциплины используются лабораторные, практические занятия и самостоятельная работа студента. На лабораторных занятиях преподаватель помогает студентам освоить основное содержание тем программы. Проработку лабораторного материала студенту желательно проводить как после каждого занятия, так и по завершению темы. Это позволит связать воедино полученные сведения и составить цельную картину.

На практических занятиях рассматриваются основные вопросы курса. Рекомендуется перед каждым практическим занятием выполнить домашнее задание, что позволит лучше усвоить предыдущий материал, и изучить лекционный материал по предстоящей теме. Студенту желательно проявлять активное участие на практических и лабораторных занятиях, задавать вопросы, поскольку умение обосновывать свою точку зрения, нахождение компромиссного решения в этически выдержанной дискуссии не только важно для лучшего усвоения материала, но и ценится в реальной жизни.

Важным моментом при изучении любой дисциплины является организация самостоятельной работы. При освоении материала не следует стремиться к механическому запоминанию приведенных определений, формулировок и положений, если требования прямо не указывают на это. Вполне эффективной может оказаться попытка понять суть явления, выработать свое отношение к нему, опираясь на материал, содержащийся в рекомендованной литературе. Сказанное особенно эффективно, когда речь идет о таких требованиях, как «понимает» или «имеет представление». Напротив, если студент имеет дело с требованием к деятельности «должен уметь», то рекомендуется



поупражняться в соответствующем виде деятельности. Все это имеет непосредственное отношение к подготовке к практическим занятиям.

В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени, например: онлайн-лекции (вебинары), чаты, видео-конференции и др. или отложенного времени, например: система дистанционного обучения Moodle, форумы, электронная почта и др.

Большую часть времени обучающиеся самостоятельно работают с учебно-методическими материалами. Студенты имеют возможность консультироваться с преподавателем по всем вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы посредством электронной почты, социальных сетей и т.п.

Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.

10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося (мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения и с нарушением слуха, ассистивные информационные технологии).

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.

Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ с помощью специальных технических и программных средств к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и особенностям восприятия информации.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обучающимся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается по их заявлению предоставление в доступной форме в зависимости от их индивидуальных особенностей инструкции о порядке проведения промежуточной аттестации, оценочных средств и возможности ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование предоставленных ЧелГУ или собственных технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.