

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Мордовский государственный педагогический
университет имени М. Е. Евсевьева»

Филологический факультет

Кафедра русского языка и методики преподавания русского языка

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля): Стилистика и прагматика рекламных жанров

Уровень ОПОП: Бакалавриат

Направление подготовки: 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Профиль подготовки: Русский язык. Родной язык и литература

Форма обучения: Очная

Разработчики:

Горшкова Н. Н., канд. филол. наук, доцент

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры, протокол № 11 от 04.05.2018 года

Зав. кафедрой  Морозова Е. Н.

Программа с обновлениями рассмотрена и утверждена на заседании кафедры, протокол № 1 от 31.08.2020 года

И. о. зав. кафедрой



Колова С. Д.

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины - формирование и развитие у студентов компетенций, позволяющих им в дальнейшем осуществлять профессиональную деятельность, развитие способности к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, способности руководить учебно-исследовательской деятельностью обучающихся.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с основополагающими вопросами рекламоведения: спецификой рекламной коммуникации и факторами эффективности рекламного воздействия, что напрямую связано с анализом рекламного текста как главной коммуникативной единицы и исследованием его речевой структуры;
- познакомить студентов с основными концепциями и методами разработки рекламной продукции, организации и проведения рекламных кампаний, а также контроля их эффективности;
- сформировать стройную систему взглядов на современную рекламно-информационную деятельность и перспективы ее развития.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.17.02 «Стилистика и прагматика рекламных жанров» относится к вариативной части учебного плана.

Дисциплина изучается на 5 курсе, в 10 семестре.

Для изучения дисциплины требуется: знание дисциплины "Современный русский литературный язык", "Лингвистика текста", "Стилистика"

Изучению дисциплины «Стилистика и прагматика рекламных жанров» предшествует освоение дисциплин (практик):

Современный русский литературный язык.

Освоение дисциплины «Стилистика и прагматика рекламных жанров» является необходимой основой для последующего изучения дисциплин (практик):

Стилистика текста.

Область профессиональной деятельности, на которую ориентирует дисциплина

«Стилистика и прагматика рекламных жанров», включает: образование, социальную сферу, культуру.

Освоение дисциплины готовит к работе со следующими объектами профессиональной деятельности:

- обучение;
- воспитание;
- развитие.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к видам профессиональной деятельности и решению профессиональных задач, предусмотренных ФГОС ВО и учебным планом.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций.

Выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

ОК-4.	
ОК-4 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	знать: - терминологию раздела; уметь: - применять знания в практической деятельности при создании рекламной продукции.; владеть: - навыками создания и анализа рекламного текста..

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК) в соответствии с видами деятельности:

ПК-12.

научно-исследовательская деятельность

ПК-12	способностью	знать:
руководить учебно-исследовательской деятельностью обучающихся		- особенности рекламного текста;
		- уметь: - применять знания в практической деятельности при создании рекламной продукции;
		- владеть: - навыками создания и анализа рекламного текста.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Десятый семестр
Контактная работа (всего)	30	30
Практические	30	30
Самостоятельная работа (всего)	42	42
Виды промежуточной аттестации		
Зачет		+
Общая трудоемкость часы	72	72
Общая трудоемкость зачетные единицы	2	2

5. Содержание дисциплины

Содержание модулей дисциплины

Модуль 1. Стилистические и прагматические особенности рекламного текста как дискурса:

Понятие рекламы. Виды рекламы и рекламной деятельности. История рекламного дела и его значение в современных рыночных условиях. Специфика рекламной коммуникации. Реклама как рынок. Бренд в лингвомаркетологической концепции. Потребители рекламы.

Модуль 2. Специфика структуры и содержания рекламных текстов и способы повышения коммуникативного эффекта в рекламе:

Психологический механизм покупки. Рекламный дискурс. Рекламный текст. Функционально-стилевая характеристика рекламы. Рекламные жанры. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе. Речевая норма в рекламе. Прагматика рекламы.

Содержание дисциплины: Практические (30 ч.)

Модуль 1. Стилистические и прагматические особенности рекламного текста как дискурса (14 ч.)

Тема 1. Понятие рекламы (2 ч.)

Определение рекламы. Цель, функции и результаты воздействия рекламы. Эффективность рекламного воздействия

Тема 2. Виды рекламы и рекламной деятельности (2 ч.)

Рекламные средства и их применение. Черты добросовестной рекламы.

Тема 3. История рекламного дела и его значение в современных рыночных условиях (2 ч.)

Реклама в Древнем мире. Реклама в западных странах в Средние века и в период расцвета

капитализма. Реклама в России до революции, в годы НЭПа, "доперестроечный" период.

Тема 4. Специфика рекламной коммуникации (2 ч.)

Рекламная коммуникация как вид маркетинговых коммуникаций. Реклама и PR

Тема 5. Реклама как рынок (2 ч.)

Структура и инфраструктура рекламного рынка. Участники рекламного рынка. Рекламное агентство. Классификация рекламных агентств. Клиентский бриф. Основные разделы клиентского брифа.

Тема 6. Бренд в лингвомаркетологической концепции. (2 ч.)

Понятие бренда. Соотношение понятий бренд, товарный знак, торговая марка. Стилль бренда. Позиционирование бренда. Рекламная концепция бренда. Бренд как направленно формируемый концепт. Ребрендинг. Бренд в лингвомаркетологической концепции.

Тема 7. Потребители рекламы (2 ч.)

Целевая аудитория. Особенности определения психографических типов российских потребителей. Содействие рекламы в сбыте товара. Психологический механизм покупки.

Модуль 2. Специфика структуры и содержания рекламных текстов и способы повышения коммуникативного эффекта в рекламе (16 ч.)

Тема 8. Психологический механизм покупки (2 ч.)

Содействие рекламы в сбыте товара. Психологический механизм покупки.

Тема 9. Рекламный дискурс (2 ч.)

Реклама как информация, реализуемая в виде совокупности текстов – устных и письменных. Понятие дискурса. Специфика рекламного дискурса.

Тема 10. Рекламный текст (2 ч.)

Понятие рекламного текста. Особенности рекламного текста. Цели и задачи, реализуемые рекламным текстом. Структура рекламного текста: заголовок; подзаголовок; основной текст; подписи и комментарии; рекламный лозунг (слоган). Знаковая природа рекламного текста. Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном тексте.

Тема 11. Функционально-стилевая характеристика рекламы (2 ч.)

Функциональные разновидности языка. Место рекламы в функционально-стилевой структуре языка. Полистилизм (стилевая полифония) в рекламном тексте.

Тема 12. Рекламные жанры (2 ч.)

Понятие жанра. Жанр как механизм культурной преемственности рекламных форм. Генезис устных жанров рекламы. Жанры современной рекламы. Различение собственно рекламных жанров и рекламных модификаций традиционных жанров. Модификация иностилевых жанров в рекламных целях.

Тема 13. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе. (2 ч.)

Выразительные средства речи и речевое воздействие. Тропы и фигуры в рекламном тексте. Выразительные возможности фоники, графики.

Тема 14. Речевая норма в рекламе (2 ч.)

Понятие о речевой норме. Основные признаки нормы. Вариантность и норма. Языковые и речевые нормы в рекламе. Проблемы нормы в рекламе. Коммуникативные неудачи в рекламном тексте как следствие незнания речевых норм. Редактирование рекламных текстов.

Тема 15. Прагматика рекламы (2 ч.)

Стратегии рекламирования. Теория имиджа Д. Огилви. Теория уникального торгового предложения (УТП). Теория "неопровержимых фактов". Понятие субординированной рекламной аргументации. Теория позиционирования Дж. Траута и Э. Раиса, Л. Ческина. Понятие рекламной концепции и рекламной идеи. Форма, содержание и структура рекламного обращения. Эстетика в рекламном деле и теория "вампиризма" Р. Ривза. Особенности текстового оформления и визуализации рекламной продукции.

Представительные модели коммуникации (К. Бюлер, Р. Якобсон, Г. Лассуэл).

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1 Вопросы и задания для самостоятельной работы

Десятый семестр (42 ч.)

Модуль 1. Стилистические и прагматические особенности рекламного текста как дискурса (21 ч.)

Вид СРС: *Подготовка к практическим / лабораторным занятиям

Работа со словарями и справочниками, составление плана и тезисов ответа, подготовка сообщения к выступлению на практическом занятии.

Тематика практических занятий представлена в п. 5.2

Модуль 2. Специфика структуры и содержания рекламных текстов и способы повышения коммуникативного эффекта в рекламе (21 ч.)

Вид СРС: *Подготовка к практическим / лабораторным занятиям

Работа со словарями и справочниками, составление плана и тезисов ответа, подготовка сообщения к выступлению на практическом занятии.

Тематика практических занятий представлена в п. 5.2

7. Тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы (проекты) по дисциплине не предусмотрены.

8. Оценочные средства для промежуточной аттестации

8.1 Компетенции и этапы формирования

Коды компетенций	Этапы формирования		
	Курс, семестр	Форма контроля	Модули (разделы) дисциплины
ОК-4	5 курс, Десятый семестр	Зачет	Модуль 1: Стилистические и прагматические особенности рекламного текста как дискурса.
ПК-12	5 курс, Десятый семестр	Зачет	Модуль 2: Специфика структуры и содержания рекламных текстов и способы повышения коммуникативного эффекта в рекламе.

Сведения об иных дисциплинах, участвующих в формировании данных компетенций:

Компетенция ОК-4 формируется в процессе изучения дисциплин:

Актуальные проблемы обучения нормам современного русского языка, Выразительное чтение на уроках родной (мокшанской) литературы, Выразительное чтение на уроках родной (татарской) литературы, Выразительное чтение на уроках родной (эрзянской) литературы, Градационные отношения в русском языке, Грамматический разбор в вузе и в школе, Детская литература народов Поволжья и Приуралья, Интеграция в сфере филологического знания, Использование славянизмов в русской словесности, Историческое комментирование фактов русского языка в средней школе, Культура родной речи (мокшанской), Культура родной речи (татарской), Культура родной речи (эрзянской), Культурно-национальное восприятие через единицы фразеологического уровня, Лингвистика текста, Литературное редактирование, Морфемика и словообразование в практике правописания, Основы общей риторики, Особенности фонетической системы древнерусского языка, Подготовка

школьников к итоговой аттестации по русскому языку, Практикум по орфографии и пунктуации, Русский язык и культура речи, Система коммуникативных качеств речи, Современный русский литературный язык, Стилистика, Стилистика текста, Трудные вопросы грамматики русского языка, Финно-угорские языки: историко-сопоставительная характеристика, Явления переходности в грамматике современного русского языка, Язык и культура мордовского народа, Иностранный язык.

Компетенция ПК-12 формируется в процессе изучения дисциплин:

Введение в языкознание, Грамматический разбор в вузе и в школе, Историческое комментирование фактов русского языка в средней школе, История русской литературы, Лингвистическая прагматика, Литературное краеведение, Методика обучения родному языку, Методика обучения русскому языку, Методика организации учебно-исследовательской деятельности по родной литературе, Методика организации учебных проектов и исследований по русскому языку, Научно-исследовательская работа, Национальная литература в контексте итогового сочинения, Общее языкознание, Поэтика языка мордовской художественной литературы, Психологизм русской литературы, Русская диалектология, Старославянский язык, Стилистика текста, Язычество, мифология и фольклор.

8.2. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкалы оценивания

В рамках изучаемой дисциплины студент демонстрирует уровни овладения компетенциями:

Повышенный уровень:

знает и понимает теоретическое содержание дисциплины; творчески использует ресурсы (технологии, средства) для решения профессиональных задач; владеет навыками решения практических задач.

Базовый уровень:

знает и понимает теоретическое содержание; в достаточной степени сформированы умения применять на практике и переносить из одной научной области в другую теоретические знания; умения и навыки демонстрируются в учебной и практической деятельности; имеет навыки оценивания собственных достижений; умеет определять проблемы и потребности в конкретной области профессиональной деятельности.

Пороговый уровень:

понимает теоретическое содержание; имеет представление о проблемах, процессах, явлениях; знаком с терминологией, сущностью, характеристиками изучаемых явлений; демонстрирует практические умения применения знаний в конкретных ситуациях профессиональной деятельности.

Уровень ниже порогового:

имеются пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, студент допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не способен продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания для промежуточной аттестации		Шкала оценивания по БРС
	Экзамен (дифференцированный зачет)	Зачет	
Повышенный	5 (отлично)	зачтено	90 – 100%
Базовый	4 (хорошо)	зачтено	76 – 89%
Пороговый	3 (удовлетворительно)	зачтено	60 – 75%
Ниже порогового	2 (неудовлетворительно)	не зачтено	Ниже 60%

Критерии оценки знаний студентов по дисциплине

Оценка	Показатели
Зачтено	Студент знает: терминологию раздела; историю рекламного дела и его значение в современных рыночных условиях; специфику рекламной коммуникации; особенности рекламного текста; рекламные жанры. Демонстрирует умение применять знания в практической деятельности при создании рекламной продукции. Владеет навыками создания и анализа рекламного текста. Ответ логичен и последователен, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы, выводы доказательны.
Не зачтено	Студент демонстрирует незнание основного содержания дисциплины, обнаруживая существенные пробелы в знаниях учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предлагаемых заданий; затрудняется делать выводы и отвечать на дополнительные вопросы преподавателя.

8.3. Вопросы, задания текущего контроля

Модуль 1: Стилистические и прагматические особенности рекламного текста как дискурса
ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

1. Раскройте круг понятий и категорий стилистики: стиль, функциональный стиль, стилевая черта, стилеобразующий фактор, речевая системность стиля, стилевая принадлежность, стилистическое значение, функционально-стилистическая и эмоционально-экспрессивная окраска, стилистическая норма и ее отношение к норме общеязыковой.

2. Назовите стилистические средства воздействия рекламы.

3. Раскройте понятие рекламной коммуникации

Модуль 2: Специфика структуры и содержания рекламных текстов и способы повышения коммуникативного эффекта в рекламе

ПК-12 способность руководить учебно-исследовательской деятельностью обучающихся

1. Сформулируйте тему и подготовьте план учебно-исследовательской работы, в которой отражены особенности рекламных текстов.

2. Представьте модель учебного исследования на тему "Языковые и речевые нормы в рекламе".

8.4. Вопросы промежуточной аттестации Десятый семестр (Зачет, ОК-4, ПК-12)

1. Расскажите о стилистике языка в прагматическом аспекте.
2. Раскройте понятие функционального стиля.
3. Раскройте понятие о стилистике ресурсов, ее связь с другими дисциплинами
4. Расскажите о точности словоупотребления как стилистической категории
5. Расскажите об основных содержательных и формальных категориях текста
6. Охарактеризуйте коммуникативные типы и некоторые типовые модели структуры текста.
7. Дайте определения понятиям "текст и функциональный стиль".
8. Раскройте понятия "коммуникативная функция и коммуникативная структура текста"
9. Охарактеризуйте текст в контексте прагматических категорий
10. Раскройте понятия "период и стилистические фигуры".

11. Назовите экспрессивные и изобразительно-выразительные средства языка в художественной литературе (тропы и фигуры речи).
12. Назовите принципы выделения и описания функциональных стилей.
13. Дайте классификацию функциональных стилей.
14. Раскройте понятие прагматики стиля.
15. Расскажите о стилистических функциях периода.
16. Раскройте понятие вторичного рекламного жанра.
17. Опишите специфику отбора и использования языковых средств выразительности в одной из тематических групп рекламы (например, в рекламе автомобилей, косметики, услуг туроператоров и др.).
18. Охарактеризуйте организацию эмоционально-оценочной стороны нескольких текстов прямой и косвенной рекламы (по собственному выбору).
19. Назовите общие требования к оформлению текста рекламы.
20. Опишите возможные дефекты организации рекламного дискурса.
21. Назовите основные особенности рекламного дискурса и текста.
22. Проанализируйте знаковую природу рекламного текста.
23. Раскройте понятие полистилизм (стилевая полифония) в рекламном тексте.
24. Представьте типологию рекламных текстов по способу изложения рекламной информации.
25. Расскажите о композиционной структуре рекламного текста.

8.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет позволяет оценить сформированность компетенций, теоретическую подготовку студента, его способность к творческому мышлению, готовность к практической деятельности, приобретенные навыки самостоятельной работы, умение синтезировать полученные знания и применять их при решении практических задач.

При балльно-рейтинговом контроле знаний итоговая оценка выставляется с учетом набранной суммы баллов.

Собеседование (устный ответ) на зачете

Для оценки сформированности компетенции посредством собеседования (устного ответа) студенту предварительно предлагается перечень вопросов или комплексных заданий, предполагающих умение ориентироваться в проблеме, знание теоретического материала, умения применять его в практической профессиональной деятельности, владение навыками и приемами выполнения практических заданий.

При оценке достижений студентов необходимо обращать особое внимание на:

- усвоение программного материала;
- умение излагать программный материал научным языком;
- умение связывать теорию с практикой;
- умение отвечать на видоизмененное задание;
- владение навыками поиска, систематизации необходимых источников литературы по изучаемой проблеме;
- умение обосновывать принятые решения;
- владение навыками и приемами выполнения практических заданий;
- умение подкреплять ответ иллюстративным материалом.

9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы Основная литература

1. Кожина, М.Н. Стилистика русского языка : учебник / М.Н. Кожина, Л.Р. Дускаева, В.А. Салимовский. – 6-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2016. – 464 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83211>

2. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов Н.Б. Руженцева. – 2-е изд. стереотип. – Москва : Издательство «Флинта», 2016. – 181 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470>

3. Фатеева, И.М. Культура речи и деловое общение / И.М. Фатеева ; Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт). – Москва : МИРБИС : Директ-Медиа, 2016. – 269с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=441404>

Дополнительная литература

1. Сердобинцева, Е.Н. Структура и язык рекламных текстов / Е.Н. Сердобинцева. – 4-е изд., стер. – Москва : Издательство «Флинта», 2016. – 161 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575>

2. Ученова, В.В. История рекламы / В.В. Ученова, Н.В. Старых. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 495 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298>

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <http://www.gramota.ru> - Справочно-информационный портал Грамота.Ру (русский язык для всех)

2. <http://www.slovari.ru> - Сайт Института русского языка им. В. В. Виноградова РАН и издательства «Азбуковник». Словари, форум, ссылки, консультации

11. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля)

При освоении материала дисциплины необходимо:

- спланировать и распределить время, необходимое для изучения дисциплины;
- конкретизировать для себя план изучения материала;
- ознакомиться с объемом и характером внеаудиторной самостоятельной работы для полноценного освоения каждой из тем дисциплины.

Сценарий изучения курса:

- проработайте каждую тему по предлагаемому ниже алгоритму действий;
- регулярно выполняйте задания для самостоятельной работы, своевременно отчитывайтесь преподавателю об их выполнении;
- изучив весь материал, проверьте свой уровень усвоения содержания дисциплины и готовность к сдаче зачета/экзамена, выполнив задания и ответив самостоятельно на примерные вопросы для промежуточной аттестации.

Алгоритм работы над каждой темой:

- изучите содержание темы вначале по лекционному материалу, а затем по другим источникам;
- прочитайте дополнительную литературу из списка, предложенного преподавателем;
- выпишите в тетрадь основные понятия и категории по теме, используя лекционный материал или словари, что поможет быстро повторить материал при подготовке к промежуточной аттестации;
- составьте краткий план ответа по каждому вопросу, выносимому на обсуждение на аудиторном занятии;
- повторите определения терминов, относящихся к теме;
- продумайте примеры и иллюстрации к обсуждению вопросов по изучаемой теме;
- подберите цитаты ученых, общественных деятелей, публицистов, уместные с точки зрения обсуждаемой проблемы;
- продумывайте высказывания по темам, предложенным к аудиторным занятиям.

Рекомендации по работе с литературой:

- ознакомьтесь с аннотациями к рекомендованной литературе и определите основной метод изложения материала того или иного источника;
- составьте собственные аннотации к другим источникам, что поможет при подготовке рефератов, текстов речей, при подготовке к промежуточной аттестации;
- выберите те источники, которые наиболее подходят для изучения конкретной темы;
- проработайте содержание источника, сформулируйте собственную точку зрения на проблему с опорой на полученную информацию.

11. Перечень информационных технологий

Реализация учебной программы обеспечивается доступом каждого студента к информационным ресурсам – электронной библиотеке и сетевым ресурсам Интернет. Для использования ИКТ в учебном процессе используется программное обеспечение, позволяющее осуществлять поиск, хранение, систематизацию, анализ и презентацию информации, экспорт информации на цифровые носители, организацию взаимодействия в реальной и виртуальной образовательной среде.

Индивидуальные результаты освоения дисциплины студентами фиксируются в электронной информационно-образовательной среде университета.

12. Перечень информационных технологий

12.1 Перечень программного обеспечения

1. Microsoft Windows 7 Pro
2. Microsoft Office Professional Plus 2010
3. 1С: Университет ПРОФ

12.2 Перечень информационных справочных систем (обновление выполняется еженедельно)

1. Информационно-правовая система «ГАРАНТ» (<http://www.garant.ru>)
2. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru>)

12.3 Перечень современных профессиональных баз данных

1. Электронная библиотечная система Znanium.com(<http://znanium.com/>)
2. Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru>)

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Для проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования, а также мультимедийное оборудование для демонстрации презентаций на лекциях. Для проведения практических занятий, а также организации самостоятельной работы студентов необходим компьютерный класс с рабочими местами, обеспечивающими выход в Интернет.

Индивидуальные результаты освоения дисциплины фиксируются в электронной информационно-образовательной среде университета.

Реализация учебной программы обеспечивается доступом каждого студента к информационным ресурсам – электронной библиотеке и сетевым ресурсам Интернет. Для использования ИКТ в учебном процессе необходимо наличие программного обеспечения, позволяющего осуществлять поиск информации в сети Интернет, систематизацию, анализ и презентацию информации, экспорт информации на цифровые носители.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещение укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Основное оборудование:

Наборы демонстрационного оборудования: автоматизированное рабочее место в составе (компьютер, веб-камера, гарнитура, сетевой фильтр, клавиатура, мышь), интерактивная доска, проектор универсальный (кабель, крепление), меловая ученическая доска.

Учебно-наглядные пособия:

Презентации.

Помещение для самостоятельной работы.

Читальный зал.

Помещение укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением

доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (компьютер 10 шт., проектор с экраном 1 шт., многофункциональное устройство 1 шт., принтер 1 шт.).

Учебно-наглядные пособия:

Учебники и учебно-методические пособия, периодические издания, справочная литература.

Стенды с тематическими выставками.