Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
д.э.н., доц. Бубнов В.А

_____

25.06.2021г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.О.29. Создание медиаконтента и smm-технологии

Направление подготовки: 50.03.02 Изящные искусства
Направленность (профиль): Организационная деятельность в сфере культуры, искусства и массовых коммуникаций
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная

Курс	3
Семестр	31
Лекции (час)	28
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	42
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	110
Курсовая работа (час)	
Всего часов	180
Зачет (семестр)	
Экзамен (семестр)	31

Иркутск 2021

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 50.03.02 Изящные искусства.

Автор О.Ю. Зверева

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры философии и искусствознания

Заведующий кафедрой А.А. Атанов

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022
Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2023

1. Цели изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Создание медиаконтента и smm-технологииг» являются: формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления анализа, бизнес планирования и продвижения проектов в современных маркетинговых реалиях. После успешного завершения курса, студенты будут обладать базовыми актуальными навыками запуска и работы с проектами в интернет-среде. Программа дисциплины основана на изучении, в первую очередь, практического опыта Ин-тернет-маркетинга как в сфере сбора аналитических данных (анализ рынка, конкуренты, риски), так и в части применения навыков для монетизации и развития проектов.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОПК-1	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-1 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	З. знает основные понятия информационно-коммуникационных технологий и требований информационной безопасности У. умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности Н. определяет круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Обязательная часть.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед.,180 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	28
Практические (сем, лаб.) занятия	42
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	110
Всего часов	180

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе-стр	Лек-ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само-стоят. раб.	В интера-ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
		31					
1	Введение в digital маркетинг	31	1	1	1	0	
2	Offliane и online маркетинг в современных реалиях: история, развитие, тренды	31	1	1	1	0	
3	Web 4.0	31	1	1	1	0	
4	Анализ продукта и целевой аудитории	31	1	1	2		
5	Конкурентный и репутационный анализ	31	1		2		
6	Воронка и CJM (customer jorney map): как клиент выбирает продукт	31	1	2	6		
7	SMM-стратегия и инструменты продвижения	31	1	3	10		Разработка smm-стратегии
8	Таргетированная реклама	31	4	4	20		
9	Контекстная реклама	31	1	4	10		
10	Нативная реклама и коллаборации	31	2	4	10		
11	Копирайтинг и дизайн для перформанс маркетинга	31	2	4	10		Разработка рекламного макета для перформанс маркетинга.
12	Брендовый копирайтинг и дизайн	31	2	4	10		Разработка рекламного макета для брендовой рекламной кампании.
13	Актуальные тренды	31	2	3	3		

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе-стр	Лек-ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само-стоят. раб.	В интера-ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
	копирайтинга и дизайна						
14	Оптимизация рекламы	31	2	4	4		
15	Аналитика и smm	31	3	3	10		
16	Оптимизация проекта и анализ эффективности	31	3	3	10		Презентация проекта.
	ИТОГО		28	42	110		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Введение в digital маркетинг	Введение в специфику предмета. Основные понятия. История.
10	Практическая сторона таргетированной рекламы.	Анализ стратегий настройти таргетированной рекламы через кейсы. Федеральные и региональные рекламные кампании.
11	Анализ рекламной кампании в социальных сетях.	Основные метрики социальных сетей. Основные алгоритмы оценки эффективности рекламной кампании в социальныхх сетях. Принципы работы с ключевыми системами аналитик Яндекс.Метрика и Google.Analitycs
12	Тестовые рекламные кампании как инструмент анализа рынка и общего состояния маркетинга.	Сплит-тестирование, как основа работы с таргетированной рекламой. Психология работы восприятия аудитории в социальных сетях. Особенности работы алгоритмов.
13	Контекстная реклама и продвижение по SEO	Особенности каналов продвижения трафика по ключевым словам. Платный и органический трафик.
14	Особенности рекламных кампаний в Web 4.0	Знакомство с особенности продвижения компаний с помощью социальных сетей. Анализ международных, федеральных, региональных кейсов.
15	Копирайтинг и дизайн для перформанс маркетинга	Введение в понятие "перформанс маркетинг". Особенности копирайтинга и дизайна рекламных сообщений для перформанс кампаний. Особенности перформанс маркетинга в digital.
16	Брендовый копирайтинг и дизайн	Введение в понятие "брендинг". Особенности копирайтинга и дизайна рекламных сообщений для брендовых кампаний. Особенности брендовых кампаний маркетинга в digital.
17	Актуальные тренды копирайтинга и дизайна	Разбор современных кейсов и знакомство с авторитетными источниками.
18	Анализ и оптимизация рекламной кампании.	Знакомство с основными метриками рекламной кампании в целом. Знакомство с инструментами интернет-маркетолога для контроля и оптимизации работы рекламной кампании. Особенности работы с подрядчиками. Интеграция online инструментов в offline. Обзор CRM.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
19	Оптимизация проекта и анализ эффективности	Метрики анализа и прогнозирования эффективности рекламной кампании. Эффективность работы отдела маркетинга.
2	Offliane и online маркетинг в современных реалиях	Особенности ведения проектов в offline и online. Системный маркетинг.
3	Web 4.0	Что такое интернет в 30-ые годы XXI века? Как Web 4.0 определил лицо культуры, политики, общества и маркетинга.
4	Маркетинговые исследования для разработки SMM-стратегии	Основы анализа продукта и целевой аудитории.
5	Конкурентный и репутационный анализ	Основы конкурентного и репутационного анализа.
6	Воронка и CJM (customer jorney map): как клиент выбирает продукт	Особенности анализа поведения потребителей и работа с ним.
7	SMM-стратегия и инструменты продвижения.	Примеры продвижения брендов в социальных сетях. Типы smm-стратегий. Особенности продвижения. Актуальные инстурменты.
9	Таргетированная реклама.	Введение в общие принципы таргетированной рекламы. Обзор особенностей площадок (Facebook и Mail Group). Обзор принципов работы алгоритмов. Знакомство со средой рекламных кабинетов (Facebook и Mail Group). Типы кампаний.

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Digital-маркетинг в современном мире. Наблюдения и анализ.. Обсуждение инструментов digital-маркетинга с точкри зрения пользователей. Фиксация личного опыта студентов.
8	Знакомство с рекламным кабинетом Mail Groupю. Индивидуальная работа в компьютерном классе.
10	Разработка коллаборации с блоггером.. Разработка стратегии и ведение переговоров. Проводится в формате деловой игры.
8	Знакомство с рекламным кабинетом Facebook.. Индивидуальная работа в компьютерном классе.
8	Майнд-карты и таргетированная реклама.. Составление майнд-карты рекламной кампании в рекламном кабинете Facebook. Индивдуальная работа в компьютерном классе. Знакомтсво с инструментами и принципами создания майнд-карт.
8	Тестовая рекламная кампания.. Построение гипотез и проведение сплит-тестов. Индивидуальная работа в аудитории.
8	Анализ эффективности рекламной кампании в социалных сетях.. Решение

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	задач из предоставленных кейсов.
9	Ключевые слова в работе интернет-маркетолога.. Знакомство со средой Tag.Manager. Подбор ключевых слов для продвижения проекта.
11	Копирайтинг и дизайн для перформанс маркетинга.. Составление рекламных объявлений и подбор настроек.
11	Брендовый копирайтинг и дизайн.. Составление рекламных объявлений и подбор настроек в рекламном кабинете.
13	Знакомство с актуальными трендами копирайтинга и дизайна.. Разработка мудборда рекламной кампании. Индивидуальное занятие в аудитории.
14	Обзор основных ошибок рекламных кампаний.. Проводится в формате обсуждения и ролевой бизнес-игры.
2	Offliane и online маркетинг в современных реалиях.. Знакомство с предложенными кейсами и их обсуждение.
16	Эффективность рекламной кампании и эффективность маркетинговой стратегии.. Анализ эффективности кампании по предложенному кейсу. Индивидуальная работа.
16	Презентация собственного проекта.. Защита проекта.
3	История основных платформ Web 4.0. Доклады и обсуждения.
4	Анализ продукта.. Индивидуальная работа в аудитории.
4	Анализ аудитории. Индивидуальная работа в аудитории.
5	Конкурентный и репутационный анализ. Знакомство со средой Brand Analitycs
6	Разработка CJM. Групповая работа в аудитории.
6	Моделирование воронок продаж. Групповая работа в аудитории.
7	Стретегии и тактики построения smm-стратегий.. Обсуждение и индивидуальная работа в аудитории.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	7. SMM-стратегия и инструменты продвижения	ОПК-1	З.знает основные понятия информационно-коммуникационных технологий и требований информационной безопасности У.умеет решать стандартные задачи	Разработка smm-стратегии	Работа включает в себя все этамы разработки SMM-стратегии. Работа является полностью авторской и не содержит элементы заимствования.

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности Н.определяет круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		Включает анализ конкурентов. анализ продукта. анализ аудитории. Описывает инструменты продвижения и стратегии их применения. Содержит мудборд. Визуализирована презентацией и успешно защищена студентом. (40)
2	11. Копирайтинг и дизайн для перформанс маркетинга	ОПК-1	З.знает основные понятия информационно-коммуникационных технологий и требований информационной безопасности У.умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной	Разработка рекламного макета для перформанс маркетинга.	Работа выполнено в полной степени и отвечает трабованиям к рекламным сообщениям. Включает в себя 6 вариантов текстовых и графических блоков и описание Целевых аудиторий для каждого из них. (5)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			безопасности Н.определяет круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		
3	12. Брендовый копирайтинг и дизайн	ОПК-1	З.знает основные понятия информационно-коммуникационных технологий и требований информационной безопасности У.умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности Н.определяет круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-	Разработка рекламного макета для брендовой рекламной кампании.	Работа выполнено в полной степени и отвечает трабованиям к рекламным сообщениям. Включает в себя 6 вариантов текстовых и графических блоков и описание Целевых аудиторий для каждого из них. (5)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1…З.n, У.1…У.n, Н.1…Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		
4	16. Оптимизация проекта и анализ эффективности	ОПК-1	З.знает основные понятия информационно-коммуникационных технологий и требований информационной безопасности У.умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности Н.определяет круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Презентация проекта.	Проект выполнен в полном объеме и соответствует всем техническим, теоретическим и эстетическим требованиям индустрии на год прохождения студентом курса. Проект должен включать в себя все этапы работы SMM-специалиста и демонстрировать базовую компетентность в каждом из них. (50)
				Итого	**100**

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 31.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (20 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Правильный ответ на вопрос теста оценивается в 2 балла..

Компетенция: ОПК-1 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
Знание: знает основные понятия информационно-коммуникационных технологий и требований информационной безопасности
1. Тестовое задание

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Выполненное задание полностью демонстрирует умения..

Компетенция: ОПК-1 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
Умение: умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Задача № 1. Контекстная реклама
Задача № 2. Таргетированная реклама

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: Выполненное задание полностью демонстрирует навыки..

Компетенция: ОПК-1 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
Навык: определяет круг стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Задание № 1. Воронка и CJM (customer jorney map): как клиент выбирает продукт
Задание № 2. Нативная реклама и коллаборации
Задание № 3. Оптимизация проекта и анализ эффективности

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ

Направление - 50.03.02 Изящные искусства
Профиль - Организационная деятельность в сфере культуры,

УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «БГУ»)

искусства и массовых коммуникаций
Кафедра философии и искусствознания
Дисциплина - Создание медиаконтента и smm-технологии

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (20 баллов).
2. Контекстная реклама (40 баллов).
3. Оптимизация проекта и анализ эффективности (40 баллов).

Составитель _____ О.Ю. Зверева

Заведующий кафедрой _____ А.А. Атанов

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Третьякова О. В. "Заразительный" маркетинг/ О. В. Третьякова// Маркетинговые коммуникации
2. Прозоровский С. "Маркетинговая близорукость"и"языковой дальтонизм"/ С.Прозоровский// N1., С.105-117, 2001, ч.з 2-202
3. Ядова Е. Н. "Ненавижу маркетологов", или разработка и внедрение концепции маркетинговых коммуникаций в малом и среднем бизнесе на примере комплекса сложных услуг/ Е. Н. Ядова// Маркетинговые коммуникации
4. Облаков П. О. "Партизанский" маркетинг в банке в период кризиса/ П. О. Облаков// Номер журнала, N 5, С. 404-419, 2010, ч.з 2-202
5. Букша К. 8 причин для нестандартных медиа/ К. Букша// Номер журнала, N 3, С. 78-87, 2010, ч.з 2-202
6. МакДональд М., McDonald M., Касимова И. О. Планы маркетинга. Как их составлять и использовать. Marketing Plans. How to Prepare Them. How to Use Them. Marketing Plans. How to Prepare Them. How to Use Them/ Малькольм МакДональд.- М.: Технологии, 2004.- 651 с.
7. Цифровой маркетинг: как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий. Digi Marketing/ Кент Вертайм, Ян Фенвик.- М.: Альпина Паблишерз, 2010.-374 с.
8. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска [Электронный ресурс] / И.С. Шамина [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Инфра-Инженерия, 2018. — 260 с. — 978-5-9729-0210-1. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/78250.html
9. SMM и SEO-технологии : учебное пособие / Ю. П. Беленькая, А. Ю. Бережнов, А. С. Новикова, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 62 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/92670.html (дата обращения: 09.06.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
10. Короткова Е. Н. Мультимедийные средства массовой коммуникации: контент и технологии [Электронный ресурс] : http://cyberleninka.ru/article/n/multimediynye-sredstva-massovoy-kommunikatsii-kontent-i-tehnologii

б) дополнительная литература:

1. Бурлов С.С. "Подводные камни" полевых исследований/ С.С.Бурлов// Маркетинг и маркетинговые исследования
2. 9 стратегий нейминга// № 6, С. 5-8, 2007, ч.з 2-202
3. Николаева М.А. Антимаркетинг.Товаропроизводители и жертвы обмана/ М.А.Николаева// N4., С.51-53., 2001, ч.з 2-202
4. Жуков Ю.М. Технологии командообразования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.М. Жуков, А.В. Журавлев, Е.Н. Павлова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2008. — 320 с. — 978-5-7567-0510-2. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8870.html

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

– Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: http://bgu.ru/, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет

– Сайт Harvard Business Review (Материалы по теории и практике Международного менеджмента), адрес доступа: https://hbr.org/topic/cross-cultural-management. доступ неограниченный

– Высшая школа экономики, адрес доступа: http://www.hse.ru/. доступ неограниченный

– Сайт, посвященный Интернету (история, развитие и пр.), адрес доступа: http://bourabai.ru/dbt/Internet-DB-rus.htm. доступ неограниченный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

• текущие консультации;

• коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);

• прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);

• прием и защита лабораторных работ (во время проведения занятий);

• выполнение курсовых работ в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ в часы, предусмотренные учебным планом) и др.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

• формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);

• самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;

• написание рефератов, докладов;

• подготовка к семинарам и лабораторным работам;

• выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

– MS Office,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

– Медиацентр,

– Лаборатория "Искусствознание",

– Научно-исследовательская студенческая лаборатория исследования рынков и проблем управления