

**ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА СЛАВЯНСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И ПРИКЛАДНОЙ
ЛИНГВИСТИКИ**



УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа

23 апреля 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Основы создания компьютерной рекламы»**

Направление подготовки:	45.03.03 Фундаментальная и прикладная лингвистика
Профиль подготовки:	
Образовательная программа:	Бакалавриат
Квалификация:	Академический бакалавр
Форма обучения:	очная, заочная

Донецк 2020

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана филологического факультета

Квашина Л.П.



«22» апреля 2020 г.

Программа учебной дисциплины «Основы создания компьютерной рекламы» составлена на основе ГОС ВПО по направлению подготовки 45.03.03 Фундаментальная и прикладная лингвистика, утверждённого приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 452 от 20.04.2016 г., Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утверждённого приказом Министерством образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебных планов по направлению подготовки 45.03.03 Фундаментальная и прикладная лингвистика (формы обучения: очная и заочная), разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

старший преподаватель кафедры славянской филологии и
прикладной лингвистики

С.А. Могила

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры славянской филологии и прикладной лингвистики

Протокол № 9 от «16» апреля 2020 г.

И.о. заведующего кафедрой

И.А. Кудрейко

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией филологического факультета.

Протокол № 9 от «20» апреля 2020 года

Председатель учебно-методической комиссии факультета

Н.А. Шокотко

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Учебная дисциплина «Основы создания компьютерной рекламы» относится к циклу вариативной части и состоит из 1 модуля.

Курс преподается в течение одного семестра (после восьмого семестра - зачет). Текущий контроль осуществляется на практических занятиях, в процессе фронтального опроса по каждой теме, а также при выполнении модульной контрольной работы.

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>		
Направление подготовки	45.03.03 Фундаментальная и прикладная лингвистика	
Профиль		
Образовательная программа	Бакалавриат	
Квалификация	Академический бакалавриат	
Количество содержательных модулей	1	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Дисциплина вариативной части, блок «ВС»	
Формы контроля	1 модульная контрольная, 1 зачет	
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	2	2
Год подготовки	4	4
Семестр	8	8
Количество часов	72	72
- лекционных	11	2
- практических, семинарских	22	4
- лабораторных		
- самостоятельной работы	39	66
в т.ч. индивидуальное задание		
Недельное количество часов,	6,5	
в т.ч. аудиторных	3	

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели и задачи

Цель курса:

- познакомить с одним из направлений деятельности человека, связанным с созданием рекламы посредством компьютера;
- познакомить с общими понятиями компьютерной графики, принципами работы с конкретным инструментом обработки графики – графическим редактором Adobe Photoshop;
- познакомить студентов с теоретическими основами когнитивистики, методами представления и обработки знаний в компьютерных системах, с основами формальных грамматик, их отличиями от традиционных грамматических описаний языка, с проблемами морфологического и синтаксического анализа текста;

Задача:

- вооружить студентов знаниями основных методов и приемов лингвистического анализа языкового материала;
- привлечь студентов к реальному, практическому овладению комплексом новейших компьютерных технологий, без которых невозможно становление современного специалиста-филолога;
- сформировать общекультурный аспект отношения к рекламе.
- сформировать у студентов основы лингвистического мышления.

Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО по данному направлению подготовки (профилю):

- а) общекультурная концепция:
 - способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
 - способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
 - способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
 - способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- б) общепрофессиональных (ОПК): (указываются ОПК и их коды):
 - владение основными понятиями и категориями современной лингвистики (ОПК-1);
 - владение основами математических дисциплин, необходимых для формализации лингвистических знаний и процедур анализа и синтеза лингвистических структур (ОПК-2);
 - владение основами грамматики латинского языка и умением читать со словарем латинские тексты (ОПК-3);
 - владение кодифицированным русским литературным языком и его научным стилем (ОПК-4);
 - способность создавать и редактировать тексты профессионального назначения (ОПК-5);
 - способность свободно говорить и понимать речь на первом изучаемом иностранном языке в его литературной форме, включая профессиональное письменное и устное общение; владеть вторым иностранным языком в объеме, достаточном для профессионального общения и чтения научной литературы (ОПК-6);
 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).
- в) профессиональных (ПК): (соотнесенных с видами деятельности и их коды):
 - научно-исследовательская деятельность:
 - владение основными методами фонологического, морфологического, синтаксического, дискурсивного и семантического анализа с учетом языковых и экстралингвистических факторов (ПК-1);
 - владение основными методами инструментального анализа звучащей речи (ПК-2);
 - владение методами сбора и документации лингвистических данных (ПК-3);
 - способность спланировать и провести лингвистический эксперимент, описать его результаты и сформулировать выводы (ПК-4);
 - владение основными способами описания и формальной репрезентации денотативной, концептуальной, коммуникативной и прагматической информации, содержащейся в тексте на естественном языке (ПК-5);
 - способность определять макроструктуру и микроструктуру дискурса с учетом специфики его жанров и функционально-стилевых разновидностей (ПК-6);
 - владение параметрами разнообразия естественных языков и их ареальной, типологической и генеалогической классификации (ПК-7);
 - владение навыками оформления и представления результатов научного исследования (ПК-8);
 - г) производственно-практическая и проектная деятельность:
 - способность пользоваться лингвистически ориентированными программными продуктами (ПК-9);

- владение принципами создания электронных языковых ресурсов (текстовых, речевых и мультимодальных корпусов; словарей, тезаурусов, онтологии; фонетических, лексических, грамматических и иных баз данных и баз знаний) и умением пользоваться такими ресурсами (ПК-10);

- способность использовать лингвистические технологии для проектирования систем автоматической обработки звучащей речи и письменного текста на естественном языке, лингвистических компонентов интеллектуальных и информационных электронных систем (ПК-11);

- способность проводить квалифицированное тестирование лингвистически ориентированных программных продуктов, электронных ресурсов, лингвистически ориентированных систем и лингвистических компонентов интеллектуальных и информационных электронных систем (ПК-12);

д) экспертно-аналитическая деятельность:

- владение методами проведения лингвистических экспертиз (ПК-13);

- способность оценить соответствие лингвистического объекта кодифицированным нормам современного русского языка (ПК-14);

- владение методами фоносемантического и ассоциативного анализа лингвистических объектов (ПК-15);

е) организационно-управленческая деятельность:

- готовность организовывать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения в области организации труда малых коллективов (ПК-16);

- способность подготовить текстовые документы, необходимые для управленческой деятельности (ПК-17);

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- знать виды рекламы и методы ее создания и распространения;
- принципы создания презентации в программе Power Point, Photoshop;
- назначение наиболее распространенных средств создания компьютерной рекламы (текстовых редакторов, графических редакторов, видеоредакторов, редакторов мультимедиа и анимации);

уметь:

- использовать готовые шаблоны, оценивать их соответствие реальным задачам и целям;

- работать с различными видами прикладных и инструментальных программ;

- осуществлять выбор способа создания рекламного продукта в соответствии с поставленной задачей;

- представлять рекламную информацию различными способами (таблица, массив, график, диаграмма и пр.);

владеть:

- навыками создания веб галереи, слайд шоу, рекламного фото и видео;

- навыками создания рекламных объектов сложной структуры, в том числе гипертекстовых и мультимедиа.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Курс дисциплины «Основы создания компьютерной рекламы» предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.

Материал излагается с использованием объяснительно-иллюстративных, эвристических и исследовательских методов преподавания. При проведении лекций для обсуждения материала широко используются мультимедийные презентации, а также раздаточные материалы.

В учебном процессе широко применяются активные и интерактивные формы проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, дискуссия, полемика), внеаудиторная

Использование в учебном процессе Интернет-ресурсов по данному курсу; прикладного программного обеспечения.

Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
Тема 1.	Понятие рекламы, типы рекламы, ее функции. Роль рекламы в экономической и социальной жизни общества. Реклама как часть информационной среды и информационного поля человеческого общества.
Тема 2.	Общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в рекламной деятельности.
Тема 3.	Определение общей цели рекламы, целевой аудитории и целевого поведения, разработка концепции рекламирования товара, позиционирование. Разработка рекламного обращения и выбор каналов его распространения.
Тема 4.	Программные средства для проведения медиаисследований и медиапланирования. Пакет программ офисного назначения MS Office и его аналоги. Практическое использование MS Word, MS Excel, MS Outlook.
Тема 5.	Понятие, виды и функции текстовой информации в рекламе.
Тема 6.	Компьютерная графика и графический дизайн в рекламе.
Тема 7.	Секреты композиции, света и цвета. Виды компьютерной графики.
Тема 8.	Пакеты прикладных программ. Макетирование печатной и электронной рекламы.
Тема 9.	Знакомство с графическим редактором AdobePhotoshop. Оконный интерфейс, работа с графическими примитивами. Работа со слоями.
Тема 10.	Знакомство с программой подготовки презентаций Power Point. Технология создания презентации.
Тема 11-12.	Интернет и реклама. Создание проекта собственной рекламы, логотипа, презентации своего товара или услуг

Содержательный модуль 1.

[illegible]

как часть информационной среды и информационного поля человеческого общества.	6	1			3		5				5	
Тема 2. Общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в рекламной деятельности.	6	1	2		3		5				5	
Тема 3. Определение общей цели рекламы, целевой аудитории и целевого поведения, разработка концепции рекламирования товара, позиционирование. Разработка рекламного обращения и выбор каналов его распространения.	6	1	2		3		5				5	
Тема 4. Программные средства для проведения медиаисследований и медиапланирования. Пакет программ офисного назначения MS Office и его аналоги. Практическое использование MS Word, MS Excel, MS Outlook.	6	1	2		3		5				5	
Тема 5. Понятие, виды и функции текстовой информации в рекламе.	6	1	2		3		5				5	
Тема 6. Компьютерная графика и	6	1	2		3		5				5	

графический дизайн в рекламе.												
Тема 7. Секреты композиции, света и цвета. Виды компьютерной графики.	6	1	2		3		5				5	
Тема 8. Пакеты прикладных программ. Макетирование печатной и электронной рекламы.	6	1	2		3		6		1		5	
Тема 9. Знакомство с графическим редактором Adobe Photoshop. Оконный интерфейс, работа с графическими примитивами. Работа со слоями.	6	1	2		3		8	1	2		5	
Тема 10. Знакомство с программой подготовки презентаций Power Point. Технология создания презентации.	6	1	1		4		7	1	1		5	
Тема 11. Интернет и реклама.	5		1		4		7				7	
Тема 12. Создание проекта собственной рекламы, логотипа, презентации своего товара или услуг.	7	1	2		4		9				9	
Итого по содержательному модулю:	72	11	22		39		72	2	4		66	

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

№ п/п	Название темы	Количество часов
1.	Понятие рекламы, типы рекламы, ее функции. Роль рекламы в экономической и социальной жизни общества. Реклама как часть информационной среды и информационного поля человеческого общества.	1
2.	Общие сведения о применении компьютерных и информационных техно-логий в рекламной деятельности.	1
3.	Определение общей цели рекламы, целевой аудитории и целевого поведения, разработка концепции рекламирования товара,	1

	позиционирование. Разработка рекламного обращения и выбор каналов его распространения.	
4.	Программные средства для проведения медиаисследований и медиапланирования. Пакет программ офисного назначения MS Office и его аналоги. Практическое использование MS Word, MS Excel, MS Outlook.	1
5.	Понятие, виды и функции текстовой информации в рекламе.	1
6.	Компьютерная графика и графический дизайн в рекламе.	1
7.	Секреты композиции, света и цвета. Виды компьютерной графики.	1
8.	Пакеты прикладных программ. Макетирование печатной и электронной рекламы.	1
9.	Знакомство с графическим редактором AdobePhotoshop. Оконный интерфейс, работа с графическими примитивами. Работа со слоями.	1
10.	Знакомство с программой подготовки презентаций Power Point. Технология создания презентации.	1
11.	Интернет и реклама.	0.5
12.	Создание проекта собственной рекламы, логотипа, презентации своего товара или услуг	0.5
	ВСЕГО	11

Темы практических занятий

<i>№ п/п</i>	<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
1.	Понятие рекламы, типы рекламы, ее функции. Роль рекламы в экономической и социальной жизни общества. Реклама как часть информационной среды и информационного поля человеческого общества.	2
2.	Общие сведения о применении компьютерных и информационных техно-логий в рекламной деятельности.	2
3.	Определение общей цели рекламы, целевой аудитории и целевого поведения, разработка концепции рекламирования товара, позиционирование. Разработка рекламного обращения и выбор каналов его распространения.	2
4.	Программные средства для проведения медиаисследований и медиапланирования. Пакет программ офисного назначения MS Office и его аналоги. Практическое использование MS Word, MS Excel, MS Outlook.	
5.	Понятие, виды и функции текстовой информации в рекламе.	2
6.	Компьютерная графика и графический дизайн в рекламе.	2
7.	Секреты композиции, света и цвета. Виды компьютерной графики.	2
8.	Пакеты прикладных программ. Макетирование печатной и электронной рекламы.	2
9.	Знакомство с графическим редактором AdobePhotoshop. Оконный интерфейс, работа с графическими примитивами. Работа со слоями.	2
10.	Знакомство с программой подготовки презентаций Power Point. Технология создания презентации.	1
11.	Интернет и реклама.	1
12.	Создание проекта собственной рекламы, логотипа, презентации своего товара или услуг	2

ВСЕГО	22
--------------	-----------

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Организация самостоятельной работы студентов

(соответственно данным в таблице тематического плана)

<i>№ п/п</i>	<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
1.	Обработка теоретических основ прослушанного лекционного материала.	20
2.	Подготовка к практическим занятиям.	10
3.	Разработка и подготовка макета буклета.	9
	ВСЕГО	39

7. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Разработать макет рекламного буклета.
2. Ретуширование старой фотографии.
3. Создание проекта собственной рекламы, логотипа, презентации своего товара или услуг.

8. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Понятие рекламы, типы рекламы, ее функции.
2. Общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в рекламной деятельности.
3. Понятие, виды и функции текстовой информации в рекламе.
4. Компьютерная графика и графический дизайн в рекламе.
5. Создание псевдорисунков. Отрезки, стрелки, круги, овалы.
6. Шрифты, смена шрифтов. Центрирование, выравнивание текста по краю.
7. Верстка, макетирование.
8. Технология создания презентации.

9. ОБРАЗЕЦ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Филологический факультет

Направление подготовки: **45.03.03 Фундаментальная и прикладная лингвистика**

Программа подготовки: **бакалавриат**

Семестр: **8**

Учебная дисциплина: **Основы создания компьютерной рекламы**

МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

ВАРИАНТ №1

1. Письмо, в котором графические знаки передают не слова в их грамматическом и фонетическом оформлении, а те значения, которые за этими словами стоят:
а) идеографическое б) пиктографическое в) фонографическое
2. Последний шаг на пути фонографии был сделан:
а) китайцами б) греками в) шумерами
3. Назовите наиболее распространенные семьи алфавитов
4. В какой период оформились 2 начертания букв – прописное и строчное:
а) античность б) византийский в) до античный
5. Впервые книгопечатание появилось в IX в.:
а) Индия б) Греция в) Китай
6. Как назывался первый способ печати?
7. Печатание с наборных форм, изготовленных из металлических литер, появилось в Европе в:
а) 14 век б) 15 век в) 17 век
8. Назовите создателя печатного станка в Европе.

9. Первая отпечатанная в Европе Библия имела:

- а) 42 с. б) 52 с. в) 62 с.

10. Официальной датой появления книгопечатания в России считается:

- а) 1564 г. б) 1664 г. в) 1464 г.

11. Назовите, кто был первым печатником в России и Украине?

12. С 1703 г. стала выходить первая русская газета:

- а) «Ведомости» б) «Санкт-Петербургские ведомости» в) «Московские ведомости»

13. Какое название в Венеции имели листки новостей, содержащие сообщения о ценах, объявления услуг и другую коммерческую информацию?

14. Как назывались первые рукописные газеты в России?

15. Назовите, вид печати основанной на эффекте прямого перехода вещества из твердого в газообразное состояние без промежуточного перехода в жидкое состояние.

16. Из каких блоков состоит издательский процесс?

17. Стадия производственного процесса издания книг и других печатных материалов, на которой устраняются различные ошибки и недостатки, допущенные при редактировании и наборе называется:

- а) редактирование б) корректура в) подготовка рукописи к набору

18. Назовите документ, предназначенный для распространения содержащейся в нем информации, прошедший редакционно-издательскую обработку, полученный печатанием или тиснением, полиграфически самостоятельно оформленный, имеющий выходные сведения.

19. По ГОСТУ **брошюра** — неперiodическое текстовое книжное издание.....страниц

20. Поставьте соотношения между названием и размером печатного формата:

1. A0 а) 420x594 мм
2. A2 б) 841x1189 мм
3. A4 в) 594x841 мм
4. A1 г) 210x297мм

Утверждено на заседании кафедры славянской филологии и прикладной лингвистики, протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____

Преподаватель _____

Критерии оценивания модульного контроля

Каждый правильный ответ – 0,5 б.

Максимальное количество набранных баллов – 10 б.

10. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

11. ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ.

12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Текущий контроль					Всего
Аудиторная работа студенов	Инд. работ а	Сам.. работ а	МКР	Зачет	
20	10	10	10	50	100

Шкала оценивания: национальная и ECTS

Сумма баллов по всем видам учебной деятельности	Оценка ECTS	Оценка по национальной шкале	
		для экзамена, курсового проекта (работы), практики	для зачета
90-100	A	отлично	

Сумма баллов по всем видам учебной деятельности	Оценка ECTS	Оценка по национальной шкале	
		для экзамена, курсового проекта (работы), практики	для зачета
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		
70-74	D	удовлетворительно	
60-69	E		
35-59	FX	неудовлетворительно с возможностью повторной сдачи	не зачтено с возможностью повторной сдачи
0-34	F	неудовлетворительно с обязательным повторным изучением дисциплины	не зачтено с обязательным повторным изучением дисциплины

Критерии оценки знаний по ECTS (максимальная сумма баллов - 100)

90-100 баллов «A»

- выполнение обязательных и дополнительных заданий в полном объеме;
- активная и максимально продуктивная работа в аудитории и при подготовке к занятиям;
- фундаментальное владение знаниями по теории АОЕЯ;
- понимание и умение аргументировано пояснять выполняемые операции;
- квалифицированная работа со специальной и справочной литературой;
- осмысленное использование методов исследования;
- уверенное владение современным КТ;
- умение логично, непротиворечиво, последовательно разъяснять понятия, явления, делать выводы;
- отсутствие ошибок при выполнении лабораторных работ.

80-89 баллов «B»

- выполнение обязательных и дополнительных заданий в полном объеме при допущении несущественных неточностей;
- активная и продуктивная работа в аудитории и при подготовке к занятиям;
- качественное владение знаниями по теории;
- понимание и умение аргументировано пояснить использование КТ;
- осмысленное и успешное использование КТ при выполнении лабораторных работ;
- качественное владение современными КТ;
- умение дать без существенных ошибок определения, разъяснить понятия, делать непротиворечивые выводы;
- допущении 2-3 негрубых ошибок при выполнении лабораторных работ, хороший уровень речевой и языковой компетенции.

75-79 баллов (C)

- выполнение обязательных и некоторых дополнительных заданий в достаточном объеме при допущении нескольких неточностей;
- активная, но нерегулярная работа в аудитории и при подготовке к занятиям;
- хорошее владение знаниями по теории;
- умение достаточно аргументировано пояснить использование КТ;
- достаточный уровень умения работы с литературой;
- хорошее владение современными КТ;
- допущение 3-5 негрубых ошибок.

70-74 баллов «D»

- выполнение 70% обязательных заданий с допущением существенных погрешностей, которые могут быть устранены после их выявления;
- нерегулярная и не всегда продуктивная работа в аудитории, недостаточная подготовка к занятиям;
- знание содержания материала не в полном объеме и без требуемой глубины и осмысленности;
- умение в целом анализировать фактический материал, но бессистемно с допущением неточностей, неполноты или явных противоречий;
- поверхностное владение теоретическим материалом, отражающемся в неуверенном, не всегда качественном практическом применении;
- не вполне качественная работа с КТ;

60-69 баллов «Е»

- выполнение 60% обязательных заданий при наличии некоторых ошибок и недостатков;
- пассивность на занятиях и нерегулярная подготовка к занятиям;
- пропуски занятий до 20%;
- наличие неотработанных тем;
- знание материала частичное или поверхностное;
- недостаточно выработанные умения по использованию КТ;
- недостаточное владение КТ с допущением некоторых грубых ошибок.

35-59 баллов «FX»

- выполнение обязательных заданий на 30-50%;
- пропуск занятий от 20% до 30%;
- пассивное посещение занятий и нерегулярная подготовка;
- наличие неотработанных тем и задолженностей по лабораторным работам (более 20%);
- неумение использовать КТ;
- отсутствие логики в рассуждениях;
- частичное знание и слабое владение КТ;
- слабо развитая речь.

0-34 баллов «F»

- выполнено менее 30% обязательных заданий;
- пропущено свыше 40% занятий;
- не подготовлена ни одна лабораторная работа;
- не усвоено более 50% теоретического материала;
- не выявлено знаний и умений в использовании КТ;
- полное невладение терминологическим аппаратом;

13. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для проведения лекционных занятий и выполнения практических занятий требуется аудитория на группу, оборудованная КТ, мультимедийным проектором и экраном.

14. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/ н	Наименование	Количество экз. в библиотеке ДонНУ	Наличие электрон. версии в ЭБС
<i>Основная литература</i>			
1.	Блинкина-Мельник, М. М. Рекламный текст : Задачник для копирайтеров / Мария Михайловна Блинкина-Мельник. - М. : О.Г.И, 2004. - 196 с.	1	
2.	Мартынова, О. В. Основы редактирования : Учеб. пособие для образоват. учреждений начал. проф. образования /	1	

	О. В. Мартынова. - М.: АCADEMIA, 2004. - 125 с.		
3.	Лашук, О. Р. Редактирование информационных сообщений : [учебное пособие] / О. Р. Лашук. - Москва: Аспект Пресс, 2004. - 156 с.	23	
4.	Волкова, В. В. Дизайн рекламы : Учеб. пособие / В. В. Волкова. - М. : Кн. дом "Ун-т" ; Ростов н/Д : Феникс, 1999. - 144 с.	2	
<i>Дополнительная литература</i>			
1.	Калмыкова, Н. В. Макетирование : [учеб. пособие для вузов] / Н. В. Калмыкова, И. А. Максимова. - М.: Архитектура С, 2004. - 94 с.	3	
2.	Шарков, Ф. И. Рекламный рынок: методика изучения : Курс лекций / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов. - М. : Экзамен, 2005. - 254 с.	1	

15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

- 1) www.bookind.ru – журнал «Книжная индустрия».
- 2) Грамота.Ру: справочно-информационный портал «Русский язык»
<http://www.gramota.ru/>;
- 3) Культура письменной речи <http://www.gramma.ru/>;
- 4) Справочная служба русского языка <http://spravka.gramota.ru/>;

16. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры славянской филологии и прикладной лингвистики с изменениями (без изменений) на 2020 год.

Протокол № ____ от ____ 2020 года.

И.о. зав.кафедрой _____ И.А. Кудрейко