

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

А. В. Данильченко

« 30 » _____ 2015 г.

Регистрационный № УД- 1036 /уч.



ОСНОВЫ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:

1-23 01 07-01 Информация и коммуникация (технологии коммуникации)

2015 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта ОСВО 1-23 01 07-2013 и учебного плана УВО № Е 23-199/уч. от 30.05.2013 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

И. П. Шибут, старший преподаватель кафедры технологий коммуникации
Института журналистики Белорусского государственного университета

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ

Кафедрой технологий коммуникации Института журналистики Белорусского
государственного университета
(протокол № 10 от 25.05.2015);

Учебно-методической комиссией Института журналистики Белорусского
государственного университета
(протокол № 11 от 29.06.2015)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине «Основы визуальной коммуникации» предназначена для студентов, обучающихся на первой ступени высшего образования по специальности 1-23 01 07-01 Информация и коммуникация (технологии коммуникации).

Цель учебной дисциплины – формирование системного представления о теории и практике информационного дизайна; освещение возможностей современных технологий в организации коммуникационных процессов; об основных параметрах профессиональной компетентности современного специалиста в сфере технологий коммуникации.

Задачи учебной дисциплины:

1. ознакомить с характеристиками, тенденциями развития визуальной коммуникации;
2. изучить способы организации и представления электронной информации, предоставляемые современными технологиями;
3. выработать четкое представление о реалиях, в том числе, новейших, визуальной интернет-коммуникации;
4. продемонстрировать эффективные парадигмы использования визуальной интернет-коммуникации в различных сферах;
5. предоставить возможность для формирования индивидуального направления исследований и практической работы в сфере визуальной коммуникации каждому студенту.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста, связи с другими учебными дисциплинами.

Место дисциплины специализации «Основы визуальных коммуникаций» обусловлена тем фактом, что вызвавшее серьезные трансформации во всех сферах современного общества развитие информационных и коммуникационных технологий не только кардинально изменило структуру, способы функционирования СМК и каналы распространения информации, но и привело к значительным трансформациям в самой профессии специалиста, работающего с информацией. Интернет снабдил современного специалиста в области информации и коммуникации не только принципиально новыми инструментами для интерактивного общения с аудиторией, но и более эффективными средствами для профессионального развития и самореализации, следовательно, сегодня умение использовать информационные технологии становится важнейшим качеством.

Учебная дисциплина «Основы визуальных коммуникаций» основывается на дисциплинах «Современные информационные технологии», «Мультимедийные технологии коммуникации», «Технологии интернет-коммуникации», «Теория и практика рекламы».

Требования к освоению учебной дисциплины в соответствии с образовательным стандартом.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен **знать:**

- определение объекта и предмета теории визуальной коммуникации;
- характеристики, тенденции развития визуальной коммуникации;
- характерные особенности Интернета как средства визуальной коммуникации;
- специфику способов подачи визуальной информации;
- конвергентные форматы фиксации визуальной информации;
- особенности баннерной и контекстной рекламы.

уметь:

- проектировать, создавать, редактировать мультимедийную информацию;
- создавать гипертекст как нелинейный виртуальный документ и систему документов;
- использовать способы поиска, организации и размещения визуальной информации, предоставляемые современными интернет-технологиями;
- строить визуальные информационные сообщения для целевой аудитории;
- взаимодействовать с аудиторией в процессе создания визуальной информации;
- создавать баннерную и контекстную рекламу.

владеть:

- навыками работы с различными видами мультимедийной информации;
- навыками организации рекламных кампаний в Интернете;
- методами и средствами организации собственной информационной деятельности и планирования ее результатов.

Информация о учебной дисциплине: общее количество часов, распределение аудиторного времени, формы аттестации.

	Всего часов
Курс	5
Семестр	9
Всего часов по дисциплине	52
Всего аудиторных часов по дисциплине	36
Лекции	16
Семинарские	10
КСР	10
Форма текущей аттестации	экзамен
Форма получения высшего образования	очная

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Основы теории визуальных коммуникаций

Предмет дисциплины «Основы визуальных коммуникаций». Цели и задачи дисциплины. Структура дисциплины. Теоретическая и эмпирическая база. Система понятий и терминов. Методологические аспекты дисциплины.

Междисциплинарный характер знания коммуникации в Интернете: технические, гуманитарные аспекты. Развитие технических средств как предпосылка изменений социальной коммуникации. Виртуализация как характеристика современных каналов коммуникации.

Эволюция сетевых виртуальных каналов коммуникации. Новейшие коммуникативные технологии и формы коммуникативных практик.

Тема 2. Организация информации в Интернете

Специфика информации в Интернете. Особенности фиксации информации в Интернете. Интернет-гипертекст и мультимедиа.

Гипертекст как конвергентная система единиц различных знаковых систем. Интернет-гипертекст как виртуальный условно-вербальный текст. Интернет-гипертекст как текстуальная парадигма сотворчества автора и читателя. Гипертекст как коммуникативный процесс. Гипертекст как мультимедийный продукт. Гипертекст как нелинейный виртуальный документ и система документов.

Тема 3. Понятие мультимедийной фиксации информации.

Гипермедиа как способ фиксации информации в Интернете и форма коммуникации. Типология видов и форм мультимедийной информации в Интернете. Статическая и динамическая информация. Аудиоинформация. Видеоинформация. Конвергенция форматов фиксации информации.

Гипертекст как новая форма фиксации институциональной информации. Институциональный автор гипертекста и читатель как соавторы. Чтение гипертекста как процесс создания нового текста.

Качественная оценка интернет-гипертекста: коммуникационный, технологический аспекты. Понятие юзабилити. Параметры оценки интернет-гипертекста (по Я. Нильсену).

Тема 4. Виртуальность как условие реализации коммуникации в Интернете

Характеристики интернет-коммуникации. Форматы реализации виртуальности. Эффект присутствия. Понятие «виртуальная личность». Понятия аватар, юзерпик. Виртуальная реальность и искусственная реальность в Интернете. 3D миры. Виртуальная реальность в Интернете и новые практики социальной коммуникации.

Интерактивность как определяющая коммуникационная характеристика сети. Технические характеристики: доступность, дешевизна, отсутствие временных лимитов (круглосуточный доступ), беспрецедентные объемы информации, оперативность доставки информации, мгновенная обратная связь. Масштабируемость: мгновенное увеличение числа пользователей, мгновенное увеличение взаимных контактов. Построение коммуникации любого уровня с

отслеживанием пути информации. Выбор любого формата информации. Массовость и глобальность коммуникации.

Тема 5. Аудитория интернет-коммуникации

Понятие аудитории Интернета. Эволюция характеристик, особенности.

«Виртуальные» и реальные личности в Интернете. Особенности поведения аудитории в Интернете. Коммуникационные предпочтения аудитории в Интернете.

Категоризация аудитории Интернета. Уровни, типы, виды аудитории в Интернете. Интернет-аудитория как массовая аудитория.

Понятие целевой аудитории. Специфика коммуникации с целевой аудиторией. Аудитория и коммуникатор: новейшие модели коммуникации. Принципы, возможности, риски коллаборации с интернет-аудиторией.

Требования аудитории к контенту. Аудитория как самостоятельный создатель интернет-контента. Взаимодействие внутри аудитории в процессе создания интернет-гипертекста. Взаимодействие профессионального коммуникатора и аудитории в процессе создания интернет-гипертекста.

Цели и инструменты измерения современной интернет-аудитории. Оценка типов поведения аудитории. Институциональное проектирование взаимодействия с аудиторией.

Тема 6. Визуальная коммуникация в социальных сетях

Характеристики и специфика социальных сетей. Особенности взаимодействия с тренд-сеттерами и аудиторией. Контент-менеджмент и комьюнити-менеджмент в социальных сетях. Измерение эффективности коммуникации в социальной сети.

Понятие интернет-кампании. Типология интернет-кампаний. Роль визуальной коммуникации в интернет-кампании. Типология рекламной коммуникации в Интернете. Баннерная и контекстная рекламы. Типы баннеров. Особенности контекстной рекламы. Рекламные кампании в Интернете.

Оценка характеристик интернет-ресурсов. Параметры оценки интернет-ресурса.

Тема 7. Визуально-коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста

Современные социальные системы и требования к личности. Понятие визуально-коммуникативной компетентности. Профессиональная компетентность.

Визуально-коммуникативная компетентность в сфере интернет-коммуницирования. Источники приобретения визуально-коммуникативной интернет-компетентности. Визуально-коммуникативная интернет-компетентность как комплекс знаний и навыков. Коммуникативная культура специалиста как основа профессиональной культуры. Культура профессиональной коммуникации в Интернете. Особенности визуально-коммуникативной интернет-компетентности. Специфика типов и моделей интернет-коммуницирования и особенности знаний и навыков для реализации

успешной коммуникации рекламы и связей с общественностью. Смешанные модели онлайн-овой и оффлайн-овой визуальной коммуникации.

Тема 8. Обзор современных мультимедийных инструментов визуального представления информации

Понятие конвергенции. Понятие конвергентной коммуникации. Характеристики, виды, типы, формы. Понятие технической конвергенции. Техническая конвергенция и актуальные параметры дигитализации. Конвергентная коммуникация в Интернете.

Понятие контентной конвергенции. Характеристики, особенности, тенденции развития. Контентная конвергенция журналистики, рекламы, связей с общественностью. Формирование стратегий контентной конвергенции в медиа.

Медиакоммуникация в Интернете. Характеристики, особенности медиакоммуникации в Интернете. Особенности коммуникационного медиапроцесса в Интернете. Понятие интернет-медиа. Характеристики, функции. Типология медиа в Интернете.

Современные медиа: смена парадигмы. Обзор современных медиатрендов. Примеры медиаматериалов, разрушающих привычные шаблоны представления информации.

Тема 9. Онлайн-сервисы для работы с графикой

Создание тайм-лайна, интерактивной графики, интерактивных карт. Обзор возможностей современных онлайн-сервисов, примеров использования, методики создания и дальнейшего распространения.

Тема 10. Онлайн-сервисы для компьютерного анализа текстов

Создание инфографики, «облаков тегов». Обзор возможностей современных онлайн-сервисов, примеров использования, методики создания и дальнейшего распространения.

Тема 11. Онлайн-сервисы для работы со звуком

Редактирование в прикладном ПО, загрузка на звуковой хостинг. Обзор возможностей современных онлайн-сервисов, примеров использования, методики создания и дальнейшего распространения.

Тема 12. Онлайн-сервисы для работы с фотографиями

Обработка фото в прикладном ПО. Создание панорамы, слайд-шоу в онлайн-сервисах. Обзор возможностей, примеров использования, методики создания и дальнейшего распространения.

Тема 13. Онлайн-сервисы для работы с видео

Редактирование видео в прикладном ПО, загрузка на видеохостинг. Обзор возможностей создания и использования интерактивного видео.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов КСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Основы теории визуальных коммуникаций	2						Обсуждение, групповая дискуссия, опрос
2	Организация информации в Интернете	2						Обсуждение, групповая дискуссия, опрос
3	Понятие мультимедийной фиксации информации	2						Обсуждение, групповая дискуссия, опрос
4	Виртуальность как условие реализации коммуникации в Интернете	2						Обсуждение, групповая дискуссия, опрос
5	Аудитория интернет-коммуникации	2						Обсуждение, групповая дискуссия, опрос
6	Визуальная коммуникация в социальных сетях	2						Обсуждение, групповая дискуссия, опрос
7	Визуально-коммуникативная компетентность в системе	2						Обсуждение, групповая дискуссия, опрос

	профессиональной подготовки специалиста							
8	Обзор современных мультимедийных инструментов визуального представления информации	2						Обсуждение, групповая дискуссия, опрос
9	Онлайн-сервисы для работы с графикой		2				2	Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах, подготовка презентации в электронном виде
10	Онлайн-сервисы для компьютерного анализа текстов		2				2	Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах, подготовка презентации в электронном виде
11	Онлайн-сервисы для работы со звуком		2				2	Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах, подготовка презентации в электронном виде
12	Онлайн-сервисы для работы с фотографиями		2				2	Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах, подготовка презентации в электронном виде
13	Онлайн-сервисы для работы с видео		2				2	Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах, подготовка презентации в электронном виде
	<i>Всего:</i>	16	10				10	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. *Кирсанов, Д.* Веб-дизайн: книга Дмитрия Кирсанова / Д. Кирсанов. – СПб., 1999.
2. *Нильсен, Я.* Веб-дизайн: книга Якоба Нильсена / Я. Нильсен. – СПб., 2001.
3. *Шибут, И.П.* Программное обеспечение мультимедийных технологий [Электронный ресурс]: основы компьютерной графики и анимации: учеб.-метод. пособие для студентов гуманитар. спец. / И. П. Шибут, В. Н. Курбацкий, В. М. Шульганова. – Минск: БГУ, 2011.
4. *Шибут И.П.* Информационный менеджмент в веб-среде [Электронный ресурс]: метод. рекомендации для студентов гуманитар. спец. / И. П. Шибут, С. Н. Гринчук. – Минск : БГУ, 2014. 180 с. – 1 электронный оптический диск. ISBN 978-985-518-960-3.
5. *Шибут И.П.* Мультимедийные технологии коммуникации [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс / И. П. Шибут. – Минск : БГУ, 2014. 146 с.
6. *Шибут И.П.* Компьютерная графика: учеб.-метод. пособие / И. П. Шибут, В. М. Шульганова. – Минск: РИВШ, 2015. – 112 с. – (Серия «Современные информационные технологии»). ISBN 978-985-500-851-5. УДК 681.3. ББК 32.97

Перечень дополнительной литературы

7. Визуально-семантические средства современной медиаиндустрии : материалы Респ. науч.-практ. конф., 20–21 марта 2015 г., Минск / редкол.: С.В. Дубовик (отв. ред.) [и др.]. – Минск : Изд. центр БГУ, 2015. – 208 с.
8. *Шибут И. П.* Медиаконвергенция и новые медиа: пример современной практической реализации / Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании: материалы III Международной научно-практической конференции. – Минск: БГУ, 2012. с. 159-160.
9. *Шибут И. П., Шибут Е. А.* Роль медиаобразования в системе подготовки студентов специальности «Информация и коммуникация» Института журналистики Белорусского государственного университета / Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса государств-участников СНГ: материалы Международной интернет-конференции. – Минск: БГУ, 2012. С.118. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ito.bsu.by/mod/forum/discuss.php?d=26>
10. *Шибут, И. П.* Информационное лидерство в Сети – новые возможности продвижения и коммуникации / Мультимедийная журналистика Евразии-2012: международные медиапроекты, глобальные Сети и информационные тренды Востока и Запада: материалы VI Международной научно-практической конференции. – Казань: Казан. Федер. ун-т, 2012. с. 212-216.
11. *Шибут И. П.* Социальные возможности развития рынка интернет-рекламы в Белоруссии / Журналистика в 2012 году: социальная миссия и профессия.

- Сборник материалов международной научно-практической конференции. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова, 2013. с. 349-350.
12. *Шибут И. П.* Комплексный подход к коммуникации в социальных медиа: ориентация на целевые группы // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: материалы 52-й международной научной конференции. – Петербург: СПбГУ, 2013. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rus.jf.spbu.ru/conference/3090/3113.html>.
 13. Шибут И. П. Роль социальных медиа в рекламной кампании / И. П. Шибут // Журналістыка-2013: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 15-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. – Вып. 15 // Рэдкал.: С.В.Дубовік (адк. рэд.) і інш. – Мінск, БДУ, 2013. с. 137-139
 14. Шибут И. П., Шибут Е. А. Сайт кафедры силами студентов: создание, наполнение, продвижение, профессиональная мотивация / И. П. Шибут, Е. А. Шибут // Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса современного университета: материалы Международной интернет-конференции. – Минск: БГУ, 2013.
 15. Шибут И. П. Белорусский Интернет: реклама и PR-деятельность // Журналистика в 2013 году. Регионы в российском медиапространстве: материалы международной научной конференции. – М: МГУ, 2014. С. 261-262. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/107557>
 16. Шибут И. П. К вопросу о подготовке специалистов в сфере корпоративной коммуникации: сайт кафедры силами студентов // Применение новых технологий в образовании: материалы XXV Международной научной конференции. – г. Москва, г. Троицк, 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tmo.ito.edu.ru/2014/section/230/94299/>
 17. Шибут И. П. Практическое использование науки о коммуникации в работе специалиста по продвижению веб-ресурса в социальных медиа // Журналістыка-2014: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 16-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. – Вып. 16 // Рэдкал.: С.В.Дубовік (адк. рэд.) і інш. – Мінск, БДУ, 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/107554>
 18. Шибут, И. П. Социальные медиа: взаимодействие коммуникатора с аудиторией // Мультимедийная журналистика Евразии-2014: интегративные медиапроекты, медийная коммуникация и информационализм в условиях интеллектуализации общества Востока и Запада: материалы VIII международной научно-практической конференции. – Казань: Казан. Федер. ун-т, 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/107549>
 19. *Шилина, М.* Интернет-коммуникация в системе общественных связей / М. Шилина. – М., 2010.

Перечень используемых средств диагностики результатов учебной деятельности

В перечень средств диагностики результатов учебной деятельности по учебной дисциплине входят:

- обсуждение вопросов на семинарских занятиях,
- опросы,
- групповая дискуссия,
- работа в малых группах,
- подготовка презентации в электронном виде,
- экзамен.

Рекомендуемыми средствами диагностики могут выступать устные и письменные опросы, задания практической направленности.

Примерный перечень заданий управляемой самостоятельной работы

Основным видом задания управляемой самостоятельной работы является подготовка электронной презентации по одной из предложенных тем.

Структура работы № 1. Тема «Онлайн-сервисы для работы с графикой».

1. Выберите сервис для выполнения задания.
2. Подберите материалы для создания тайм-линии (список дат и иллюстрации).
3. Создайте тайм-линию.
4. Отправьте встраиваемый код (embed-код) преподавателю по электронной почте.

Структура работы № 2. Тема «Онлайн-сервисы для компьютерного анализа текстов»

1. Подберите материалы для создания инфографики (табличные данные на любую тему).
2. Создайте инфографику в любом из сервисов.
3. Отправьте встраиваемый код (embed-код) преподавателю по электронной почте.

Структура работы № 3. Тема «Онлайн-сервисы для работы со звуком»

1. Загрузите и установите программу Audacity
2. Загрузите материалы для задания с указанного адреса на Google Disk <https://drive.google.com>.
3. Выполните задание.
4. Загрузите получившийся звуковой файл на аудиохостинг SoundCloud и отправьте встраиваемый код (embed-код) преподавателю по электронной почте.

Структура работы № 4. Тема «Онлайн-сервисы для работы с фотографиями»

1. Загрузите и установите программу GIMP.
2. Загрузите материалы для задания с указанного адреса на Google Disk <https://drive.google.com>.

3. Отредактируйте фотографии.
4. Загрузите получившийся файл на любой фотохостинг и отправьте встраиваемый код (embed-код) преподавателю по электронной почте.

Структура работы № 5. Тема «Онлайн-сервисы для работы с видео»

1. Выберите сервис для выполнения задания.
2. Создайте видеоролик продолжительностью 1-2 минуты.
3. Загрузите ролик на Youtube и отправьте встраиваемый код (embed-код) преподавателю по электронной почте.

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Трансформации Интернета в XXI веке и стратегии профессиональной коммуникации.
2. Развитие технических средств как предпосылка изменений социальной коммуникации.
3. Виртуализация как характеристика современных каналов коммуникации.
4. Эволюция сетевых виртуальных каналов коммуникации.
5. Новейшие коммуникативные технологии и формы коммуникативных практик.
6. Уровни исследования интернет-коммуникации: аппаратный, программный, коммуникационный.
7. Специфика информации в Интернете. Особенности фиксации информации в Интернете.
8. Понятие мультимедиа.
9. Понятие интернет-гипертекста.
10. Интерактивность как определяющая коммуникационная характеристика интернет-коммуникации.
11. Виртуальность как условие реализации коммуникации в Интернете. Форматы реализации виртуальности.
12. Гипермедиа как способ фиксации информации в Интернете и форма коммуникации.
13. Типология видов и форм мультимедийной информации в Интернете.
14. Понятие конвергентной коммуникации. Конвергентная коммуникация в Интернете. Характеристики, виды, типы, формы.
15. Понятие контентной конвергенции. Характеристики, особенности, тенденции развития.
16. Понятие аудитории Интернета. Эволюция характеристик, особенности.
17. Аудитория как субъект интернет-коммуникации.
18. «Виртуальные» и реальные личности в Интернете.
19. Коммуникационные предпочтения аудитории в Интернете.
20. Категоризация аудитории Интернета. Уровни, типы, виды аудитории в Интернете.
21. Понятие целевой аудитории. Специфика коммуникации с целевой аудиторией.
22. Характеристики и специфика социальных сетей.

23. Контент-менеджмент и комьюнити-менеджмент в социальных сетях.
24. Измерение эффективности коммуникации в социальной сети.
25. Понятие интернет-кампании. Типология интернет-кампаний.
26. Роль визуальной коммуникации в интернет-кампании.
27. Медиакоммуникация в Интернете. Характеристики, особенности. Понятие интернет-медиа. Характеристики, функции. Типология медиа в Интернете.
28. Современные социальные системы и требования к личности. Профессиональная компетентность.
29. Визуально-коммуникативная интернет-компетентность как комплекс знаний и навыков.
30. Источники приобретения визуально-коммуникативной интернет-компетентности.

Перечень используемых средств диагностики результатов учебной деятельности

Для текущего контроля знаний студентов используется рейтинговая оценка знаний в течение всего семестра.

Промежуточными формами контроля усвоения учебной дисциплины являются контролируемые самостоятельные занятия, а также задания, выполненные в ходе работы на практических занятиях.

В основу дисциплины «Основы визуальных коммуникаций» заложена блочно-модульная модель, поэтому наличие контрольных вопросов и заданий по каждому модулю и блоку позволяет внедрить систему непрерывного контроля знаний и умений в учебный процесс и обеспечить индивидуальную траекторию обучения. Контрольные задания по модулям можно использовать для входного тест-контроля по блоку для учащихся, знакомых с данным материалом. Результаты тестирования в этом случае считаются промежуточными. По желанию учащегося они заносятся в его личную рейтинговую карту. После каждого практического модуля проводится обязательный выходной тест-контроль, состоящий из выполнения контрольных заданий по модулю с оцениванием по установленным правилам. Прохождение блока завершается выходным тест-контролем, представляющим собой выполнение контрольного задания по блоку.

Учебная дисциплина рассчитана на один семестр, рекомендуемая форма итогового контроля – экзамен.

Схема оценки знаний студентов

1. Активность на практических занятиях — 5-60 баллов и выше, в том числе:
 - выступление на практическом занятии — 20-40 баллов и выше (1 выступление = 5-10 баллов);
 - подготовка электронных презентаций — 10-20 баллов (в зависимости от того, насколько проработана и раскрыта тема презентации).
2. Выполнение предложенных заданий на практических занятиях — 50 баллов (1 задание = 10).

3. Выполнение самостоятельных контролируемых видов работ студентов– 5-10 баллов за работу (в зависимости от соответствия критериям выполнения работы).

Итоговая оценка:

Количество набранных баллов	Итоговая оценка
Менее 75 баллов	Недопуск к экзамену
70	3
75	4
80	5
85	6
90	7
95	8
100	9
Свыше 100 баллов	10

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Современные информационные технологии	Технологий коммуникации	Изменений не требуется	Вносить изменения не требуется. Прот. № 10 от 25.05.2015
Мультимедийные технологии коммуникации	Технологий коммуникации	Изменений не требуется	Вносить изменения не требуется. Прот. № 10 от 25.05.2015
Технологии интернет-коммуникации	Технологий коммуникации	Изменений не требуется	Вносить изменения не требуется. Прот. № 10 от 25.05.2015
Теория и практика рекламы	Технологий коммуникации	Изменений не требуется	Вносить изменения не требуется. Прот. № 10 от 25.05.2015

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на ____/____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры технологий коммуникации (протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой

канд. философ. наук, доц. _____
(ученая степень, ученое звание) (подпись)

И.В. Сидорская_
(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

канд. филол. наук, доц. _____
(ученая степень, ученое звание) (подпись)

С.В. Дубовик
(И.О.Фамилия)