МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ   
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ДОНСКОЙГОСУДАРСТВЕННЫЙТЕХНИЧЕСКИЙУНИВЕРСИТЕТ»

|  |
| --- |
| **МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ** |
| к рабочей программе дисциплины  «ПРОДЮСИРОВАНИЕ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРОЕКТОВ»  для студентов направления  51.03.02 Народная художественная культура  профиль «Руководство студией кино-, фото- и видеотворчества»  (заочная форма обучения) |

Ростов-на-Дону

2023

1. **ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.**

**Контрольные вопросы и задания для текущей аттестации**

**Перечень вопросов для зачёта в 7 семестре**

**1. Вопросы для проведения промежуточной аттестации:**

1. Определение понятия «продюсер». В чем суть и специфика этой профессии?

2. Зарождение продюсирования в Америке. Этапы становления Голливуда.

3. Причины появления медийного продюсирования. В чем суть этого явления?

4. Зарождение продюсирования в России.

5. Продюсирование в советский период.

6. Современное состояние продюсирования в России.

7. Функциональные продюсеры и обязанности каждого из них.

8. Первичные и вторичные идеи. Как оценить идею?

9. Виды сценарных материалов.

10. Работа продюсера с творческими коллективами.

11. Права и обязанности участников продюсерского проекта.

12. Музыкальное продюсирование. Исторический обзор и характеристика современного этапа развития.

13. Продюсирование в СМИ.

14. Алгоритм проектного менеджмента.

15. Оперативное окружение продюсерского проекта (отраслевой анализ).

16. Основные принципы формирования команды. Вертикальная и горизонтальная структуры управления командой.

17. Правила распределения ролей в творческом коллективе.

18. Причины конфликтов в творческом коллективе и пути их разрешения.

19. Продюсирование и авторское право. Правовые и законодательные документы.

20. Анализ эффективности работы продюсера.

21. Менеджмент в работе продюсера.

22. Медиапланирование и вторичные рынки.

23. Методы анализа финансовой прибыли проекта.

24. Продюсерские риски.

25. Стратегии и технологии продвижения проекта.

26. Технология работы над информационным сюжетом.

27. Портрет как умение зафиксировать художественный образ в формах действительности, в проявлении внешних индивидуальных черт и деталей.

28. Реальность как материал художественной условности.

29. Базовые способы фиксации действительности в аудиовизуальном произведении.

**2. Перечень вопросов для зачёта в 8 семестре**

1. Разработка продюсерского проекта.

2. Презентация готового продукта заказчику.

3. Стратегия и тактика продюсерского проекта.

4. Продюсирование короткометражного фильма

5. Продюсирование телеинтервью.

6. Изучение рынка новых и традиционных медиа с целью поиска ниши для разработки своего продюсерского проекта

7. Основы режиссуры развлекательных телепроектов

8. Основы телевизионной режиссуры проектов информационно-аналитических и художественно публицистических жанров

9. Режиссура аудиовизуального произведения. Тематическая зарисовка.

10. Драматургия и режиссура видеоматериалов

11. Исключительные, неисключительные и смежные права. Составление документации.

12. Составление смет на разные телевизионные проекты.

13. Жанровые формы, форматы и проекты на современном телевидении. Типы и роль продюсеров в этих формах

14. Продюсирование в масс-медиа.

15. Сфера деятельности продюсера ТВ.

16. Профессиональный портрет продюсера.

**Практическая работа на зачёте и экзамене**

**3. Практическая работа на зачёте в 7 семестре:**

**Форма оценивания – творческое задание на зачёте в 7 семестре**

1. Формирование сценарной заявки.
2. Написание синопсиса.
3. Разработка маркетингового плана.
4. Оформление заявки на участие в фестивале.
5. Составление финансового плана.
6. Создание письменных продюсерских заключений по просмотренным программам и прочитанным сценариям.
7. Разработка бизнес-плана телепроекта.

**4**. **Форма оценивания – творческое задание на экзамен в 8 семестре**

1. Составление смет на разные телевизионные проекты (на тематический сюжет, на видеоролик без закадрового текста, на видеоролик с закадровым текстом, с графическими вставками, выполненными в разной графике; сметы на документальные фильмы с расчетом количества съемочных и монтажных смен; на дискуссионную программу, на ток-шоу, на концертную программу и т.д.).
2. Написание аннотации сценария.
3. Определение жанровой формы будущей программы, основной идеи сценария, социальной значимость проекта, целевой аудиторию фильма (работа с собственным проектом).
4. Определение оригинальности темы, представленного материала, героев проекта, артистов (если они задействованы в проекте).
5. Дать предложение по названию (если предложенное автором название неудачное). Предварительно оценить постановочную сложность проекта, просмотровое время и количество рекламных вставок, аргументировав свою позицию по этим вопросам.

**КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ЗАНЯТИЙ.**

**Цели и задачи курса.**

Формирование рыночных механизмов в отечественном и зарубежном продюсировании и медиаиндустрии. Этапы развития телевещания. Рычаги управления в телевизионной индустрии. Система финансирования в советский период, в период конца 80-х –начала 90-х, финансирование в 21 веке.

Зарождение частных телеканалов и производственных объединений. Переход от государственного заказчика и финансиста в частные руки. Понятие рентабельности программ. Исчезновение нерентабельных программ. Аналитика финансово-экономического состояния проекта. Маркетинговая стратегия проекта. Производство собственных программ и закупка программ по копирайту.

Понятие авторских прав, исключительных, неисключительных и смежных прав. Права на интеллектуальную собственность, права на архивные материалы, на использование кадров из художественных произведений, права на музыку. РАО. Исполнительские права на классическую музыку, на стихотворения, на фотографии, права на использование голоса диктора и т.п. Сбор необходимой документации перед съемками – расписки, договора с участниками съемочного процесса. Договора с артистами. Управление рисками в продюсерской деятельности. Правовые и нормативные документы, необходимые продюсеру. Редактор по правам. Опыт зарубежного телевидения.

**Продюсирование в России. Функциональные продюсеры.**

В России данная профессия появилась в 90-х годах прошлого века, вместе с переходом на рыночную модель экономики во всех отраслях жизни, в том числе культуре и искусстве. Термин «творческий продукт».

Скоморошество – предпосылка появления продюсера в России.

Первые русские продюсеры: В. И. Немирович-Данченко (идея нового театра),

С. Дягилев (организатор «Русских сезонов» во Франции).

Становление телевидения в довоенный период с 20-х до 1945 гг. Развитие телевидения в послевоенный период (1946-1960 гг.). Характеристика развития телевизионного производства. Создание единой государственной передающей сети СССР в масштабах всей страны. Система Интервидения и Евровидения, перспективы дальнейшего сотрудничества. Развитие телевидения на современном этапе. Ближайшие задачи в развитии телевидения России.

Активное становление профессии продюсера как самостоятельной сферы деятельности в начале 90-х годов ХХ века.

Сфера эстрадного искусства, кинематографа и телевидения лишается государственного содержания и попечения, что приводит к серьезным метаморфозам и необходимости появления специалиста, который будет специализироваться на продаже творческого продукта, владея одновременно качествами менеджера, знаниями экономиста и грамотностью профессионала в сфере культуры и искусства. Определяется профессия продюсера.

**Продюсирование в Америке. Первые имена Голливуда. Зарождение продюсерских компаний.**

1Возникновение профессии продюсер. Становление института продюсерства в Голливуде. Дэвид Гриффит, Ирвин Тальберг, Дэвид Селзник, Джек Уорнер, Сэм Голдвин, Луис Майер. Линейка продюсеров: тогда и сейчас. Отличия российской модели от зарубежной. Студийная система классического Голливуда: студии-мейджоры и малые студии. United Artists как первая независимая кинокомпания. Независимые кинокомпании США в настоящее время. Золотой век Голливуда: значение для киноиндустрии США в целом. Эра Нового Голливуда: переход от классического к новому. Модели финансирования кинопроектов в США. Фонды поддержки, налоговые льготы. Общественные организации кинематографии в США: гильдии, профсоюзы. Становление института продюсирования в Европе. Братья Пате, Жорж Мельес, Александр Ханжонков, Александр Дранков как первые европейские продюсеры. Жан-Люк Годар, Дино де Лаурентис, Чезаре Дзаваттини (об одном из них- на выбор). Система квотирования в европейском кино. Квотирование в настоящее время. Независимые кинокомпании Европы: тогда и сейчас. Финансирование кино в Европе. Отличия от американской модели. Фонды поддержки независимого кино. Особенности совместного кинопроизводства в Европе. Общественные организации кинематографии в Европе. Тенденции и перспективы развития кинематографа Европы. Виды телевидения. Источники формирования доходов телеканалов. Организация выпуска телевизионного контента в эфир. Продюсирование как форма управления персоналом на телевидении. Место, значение и характеристика телевидения.

**Виды продюсирования.**

Телевизионное продюсирование. Музыкальное продюсирование (шоу-бизнес). Продюсирование эстрадных программ (театральные, эстрадные постановки, мюзиклы, цирковые программы). Продюсирование компьютерных игр (вэб-продюсирование). Кинопродюсирование.

Саунд-продюсирование. IT-продюсирование.

Линейный Продюсер. Сопродюсер. Исполняющий Продюсер.

Продакшен. Менеджер. Продакшен Ассистент.

Креативный Продюсер. Ассистирующий продюсер. Административный продюсер. Веб-продюсер.

Управленческие качества продюсера. Личностные качества.

**Стратегия и тактика продюсерского проекта.**

Продюсерская деятельность как эффективное средство продвижения контента.

Осуществления бренд-менеджмента (обеспечивающего идентификацию и продвижение творческого проекта). Проведение PR-кампании с использованием современных интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Использование эффективных методов ценообразования.

Особенности продюсерской деятельности в современном шоу-бизнесе.

Принципы разработки стратегии продвижения творческого проекта.

Участники и партнеры продюсерского проекта и их обязанности: 1. Финансовый. 2. Организационно-правовой. 3. Творческо-управленческий. 4. PR.

**Основы продюсирования**. **Идея.**

Поиск идеи, утверждение идеи и синопсиса творческого телепроекта. Определение актуальности, выявление проблемы, решение проблемы, последствия. Разработка календарно-постановочного плана для творческого проекта.

Предпроизводственная деятельность продюсера. Презентация творческого проекта. Потенциальной аудитории. Разработка тематической и технологической модели телепрограммы. Написание сценария. Сценарный период творческого проекта.

Подготовка и разработка структуры сценария: экспозиция, завязка, действие (развитие), кульминация, развязка, пролог/эпилог. Создание сценарного плана.

**Телевизионное продюсирование. Структура современного телевизионного рынка.**

Производственные структуры телевидения: информационное вещание, общественно-политические редакции, редакции утреннего вещания, художественно-публицистические редакции. Понятие формата. Жанры телевизионных программ и фильмов (ток-шоу, реалити-шоу, обзор, авторские программы, концерт, теле-спектакль, праздничные трансляции, дискуссии, дебаты). Проведение масштабных телетрансляций (ПТС, организация работы большого коллектива). Особенности новостного вещания. Работа корреспондентской сети. Стрингеры – независимые репортеры, коммерческая интеграция частных информагентств с федеральными СМИ.

Состав редакций и съемочных групп. Специальности в телевизионной журналистике (корреспондент/ режиссер/ оператор/ видеоинженер/ продюсер/ редактор /ведущий программ). Источники информации: информационные агентства, информационные центры, ньюсмейкеры. Виды новостей: календарные, «горячие» новости, организованные и искусственные сенсации. Инфотейнмент и политейнмент. Прямой эфир и его особенности.

Аудитория. Измерение аудитории. Телеметрия и рейтинги. Реклама как жанр СМИ. Работа пресс-служб, пресс-конференция, брифинг (пресс-подход). Медиа-холдинги и международные медиа-корпорации (НМГ - Национальная медиагруппа, ГазПромМедиа, RT – Russia Today, ВВС, Рейтер, АссошиэйтедПресс, Евроньюс, и т.д.). Современные экономические СМИ.

Контент-анализ и мегатренды. SWOT-анализ. Медиапланирование (ТВ). Ежедневное (оперативное) планирование и долгосрочное планирование. «Повестка дня» и редакционные собрания - «летучки». Анализ эффективности работы. Маркетинговые стратегии продюсеров. Особенности российского сектора реальной экономики.

**Сценарный период. Бюджет: юридические и финансовые аспекты продюсирования.**

Юридические аспекты продюсирования. Приобретение идеи. Законодательная база. Проблемы авторского права. Авторское право в кино. Понятие об исключительном праве. Сценарный договор. Виды договоров в ГК РФ.

Понятие сценария в СМИ. Структура, цели, задачи, целевая аудитория сценария. Правильный формат сценария. Идея сценария. Организация развития сценарии. Автор сценария. Права и обязанности автора сценария. Синопсис. Тритмент. Лог-лайн. Сценарный и продюсерский питчинг. Постановочный этап. Литературный и режиссерский сценарий.

Структура кино-сценария. Фабула, сюжет, понятие драмы. Тема и идея, конфликт. Интрига. Сеттинг. Мотив и поступок («сквозное действие»). Герой-антагонист и протагонист. Сквозная идея и сквозная контр-идея. Мольеровский и шекспировский характер. Работа с актерами (кастинг).

Сценарии телепрограмм и телефильмов. Телесериал (вертикальный и горизонтальный телесериал). Постдок. Докудрама. Мокьюментари. Адаптация литературных произведений, экранизации. Отличие режиссерского сценария. Монтажный лист (тв) и режиссерский сценарий (кино). Раскадровка.

Взаимосвязь сценария и бюджета. Составление сметы по режиссерскому сценарию. Анализ финансовых последствий продюсерского проекта: уровни рентабельности, оборачиваемости, устойчивости, ликвидности, инвестиционные возможности. Оценка эффективности финансовой политики организации. Смета сценария и документы, необходимые для кредитования проектов. Источники финансирования медиа-проектов. Фандрайзинг, краудфандинг, спонсорство, реклама и «продакт плейсмент». Госзаказ: фонды поддержки кино в РФ. Собственное производство в структуре ТВ и аутсорсинг.

Страхование в производстве контента (кино и тв). Виды рисков, рисковые затраты. Функции инвест-адвокатов (в кино-производстве) и медиа-юристов (тв). Офис-компания: команда и стоимость, минимальное оборудование и организационные вопросы. Pre PR и поиск контрагентов. Пред-продажи: опцион и фьючерсные сделки на кино-биржах. Постановочный проект фильма и пилотный вариант программы. Психологические правила взаимодействия с заказчиком при просмотре пилотного проекта. Принципы саморекламы.

Создание творческо-производственного коллектива - формирование команды. Принципы управления. Вертикальная и горизонтальная структура подчинения. Этапы становления и развития коллектива. Типичные конфликтные ситуации и способы их решения.

**Съемочный период и монтажный период в продюсировании. Пост-обработка и дистрибьюция.**

Съемочная группа: режиссер, операторы, видеоинженеры и звукоинженеры, ассистенты. Работа оператора. Многокамерная съемка, стедикам, кран. «Субъективная» и «объективная» камера. Ракурс. Детализация. Камерный отъезд-наезд. Панорама и тревелинг. Фокусировка. Оптика. Возможности цифровой техники. 3D-формат.

Постановочные съемки. Натурные съемки. Студийные съемки (павильон). Декорации. Иконографичность и историчность материала. Работа с актерами.

Монтаж кинофильма. Художественные средства монтажа. Монтажный ритм (темп). Законы монтажных переходов (время-пространство-действие). Спецэффекты. Звук как характеристика персонажа или события. Звук и шум («художественный шум»). Звук и цвет. Использование музыки в озвучивании проектов.

Основы дистрибьюции в продюсировании массмедиа. Пост-продажи. Организация рекламы в продюсировании и СМИ. Современные тенденции потребления аудиовизуальной продукции. Характеристика зрительских предпочтений. Пресс-релиз и пост-релиз, анонсы и реклама. Тизер, трейлер. Кино-франшиза. Особенности отечественного и зарубежного кино-проката. Кинофестивали и кинотеатры. Вторичные рынки сбыта в массмедиа и продюсировании. Структуры вторичных рыков сбыта: телевидение, видеоносители, Интернет, видео по запросу, мерчандайзинг. Дополнительные источники доходов телевизионных каналов. Методы анализа финансовых результатов проекта.

**Основы продюсирования развлекательных телепроектов.**

Планирование и реализация проектов. Организация и контроль финансирования проектов (в том числе привлечение рекламодателей, инвесторов). Разработка и организация маркетинговых исследований.

Координация деятельности всех заинтересованных сторон. Анализ бизнес-показателей проекта, их улучшение. В зависимости от сложности проекта, а также личностных и профессиональных особенностей, продюсер может в разной степени вовлекаться в производство телевизионного проекта. Так, в работу над разовыми программами, вовлекаются один-два продюсера, в то время как в работе над масштабными проектами бывает задействовано до десяти продюсеров, исполняющих разные функции.

Шоураннер. Генеральный продюсер. Второй продюсер. Линейный продюсер. Штатный продюсер. Продюсер сегмента. Продюсер спецпроектов. Консультант по постродакшн. Продюсер-редактор.

Сетка вещания как стратегический документ. Политика телеканала.

(с учётом политических, эстетических, познавательных, образовательных, возрастных характеристик аудитории).

Телевизионное программирование.

Способы размещения телепрограмм в эфире: вертикальное, линейное и блоковое.

**Современные технологии продюсирования.**

Работа над сценарием. Бизнес-план (общие положения, в которых указываются основные творческо-производственные характеристики проекта: название, хронометраж, место и год производства, список участников; резюме, где дается краткое и одновременно емкое изложение идеи проекта; анализ целевого рынка, определяющий зрительскую аудиторию, предлагающий такие параметры прокатной стратегии как примерный канал передачи, охват, приблизительный рейтинг и т. п.; маркетинговый план, где приведена информация о потребителях, посредниках, конкурентах и поставщиках; - лимит затрат на производство, в котором отмечаются все источники финансирования, что особенно важно для потенциальных инвесторов; - анализ рисков, где отражаются слабые стороны проекта, возможные трудности, способные помешать его успешной реализации; - закончить бизнес-план стоит расчетом предполагаемой прибыли).

Привлекательность проекта для рекламодателей (основной источник финансов).

Основная задача бизнес-плана – показать возврат вложенных в проект средств.

**III. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ УЧАЩИМСЯ ПРИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ.**

По дисциплине «Продюсирование мультимедийных проектов» предусмотрены лекционные, лабораторные работы, практическая и самостоятельная работа студентов.

Лекция (от лат. Lесtio – «чтение») является одной и из основных форм учебных занятий в высших учебных заведениях, представляющая собой систематическое, последовательное изложение преподавателем определенного раздела конкретной науки или учебной дисциплины. Лекции различаются по своему построению, приемам изложения материала, характеру обобщений и выводов.

Академическая лекция - традиционно вузовская учебная лекция. Для нее характерны высокий научный уровень, теоретические абстракции, имеющие большое практическое значение. Стиль такой лекции - четкий план, строгая логика, убедительные доказательства, краткие выводы.

Популярная (публичная) лекция представляет изложение научных истин для аудитории, которая не подготовлена к их восприятию. Ученый-педагог обязан быть популяризатором, уметь просто и ясно излагать научную проблему. Обычно такие лекции читаются вне стен вуза.

Лекция общего курса (учебная лекция по программе курса) - это обычная и самая распространенная лекция в вузе. Содержанием общих курсов является последовательное и системное изложение данной науки, ознакомление слушателей с ее основными категориями, принципами и закономерностями.

Вводная лекция намечает основные проблемы курса в целом или его раздела. В нее включаются «ключевые» вопросы, понимание которых позволяет лучше усвоить материал последующих тем или самостоятельно разобраться в нем.

Обзорная лекция читается обычно перед экзаменами - государственными или курсовыми. Они излагают лишь отдельные, наиболее крупные вопросы программы. Обзорные лекции часто читают на вечерних и заочных отделениях вузов, представляя конспективный обзор полного учебного курса лекций.

Комплексная лекция читается в специальных курсах или на факультетах повышения квалификации преподавателей. Она представляет собой конгломерат данных из нескольких наук при сохранении ведущего значения одной из них. Такое комплексное рассмотрение темы помогает студентам оценить проблему. Особенностью таких лекций является их высокий научный уровень.

Установочная лекция читается чаще всего студентам заочного отделения, приступающим к изучению данной дисциплины. Значительная часть времени отводится ознакомлению с необходимой литературой (первоисточниками и учебниками), методическими советами и рекомендациями по ее изучению, написанию контрольных работ, а также с требованиями, предъявляемыми на экзаменах. Для студентов дневных факультетов установочные лекции читаются во время выбора тем курсовых или дипломных работ - это методические лекции, из которых можно узнать, как подготовить курсовую или дипломную работу (подбор литературы, ее изучение, план работы подготовка текста, защита работы и др.).

Традиционная (информационно - объяснительная, повествовательная) лекция - «это такой вид изложения, в котором связанно рассказывается о конкретных фактах, событиях, процессах или действиях, протекающих и развивающихся во времени». Это дидактическое определение с некоторыми оговорками можно применить также к вузовской лекции. Для такой лекции характерно описание, объяснение научных явлений и событий.

Лекция-беседа характеризуется высокой эмоциональностью, доверительным тоном лектора, когда он вовлекает студенческую аудиторию в совместное размышление над научными истинами.

Диалог с аудиторией - наиболее распространенная и сравнительно простая форма активного вовлечения слушателей в учебный процесс. Она предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Как правило, в лекции-беседе рассказывают занимательные истории, подбирают запоминающиеся примеры.

Проблемная лекция характеризуется постановкой перед студентами учебных проблем-заданий, которые они должны самостоятельно решить, получив, таким образом, новые знания. В лекции сочетаются проблемные и информационные начала. Часть знаний студент получает в виде готовых знаний, а часть добывает самостоятельно под руководством преподавателя. На этих лекциях процесс познания студентов приближается к поисковой, исследовательской деятельности. Своеобразными разновидностями проблемных лекций являются лекция-Мозговая атака, лекция-дискуссия и лекция с разбором практических ситуаций.

Лекция-дискуссия характеризуется тем, что преподаватель при изложении лекционного материала не только использует ответы слушателей на его вопросы, но и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами. Лекция с разбором конкретных ситуаций - это по форме та же лекция - дискуссия, однако, на обсуждение преподаватель ставит не вопрос, а конкретную ситуацию. Как правило, такая ситуация представляется устно или в очень короткой видеозаписи, диафильме, поэтому изложение ее должно быть очень кратким, но содержать достаточную информацию для оценки характерного явления и обсуждения. Это, так называемая, микроситуация. Слушатели анализируют и обсуждают ее сообща, всей аудиторией. Преподаватель старается активизировать участие в обсуждении отдельными вопросами, обращенными к отдельным слушателям, выясняет их оценку суждениям коллег, предлагает сопоставить с собственной практикой, «сталкивает» между собой различные мнения и тем развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло. Затем, опираясь на правильные высказывания и анализируя неправильные, ненавязчиво, но убедительно подводит аудиторию к коллективному выводу или обобщению. Лекция-визуализация. Чтение лекции-визуализации сводится к связному, развернутому комментированию преподавателем подготовленных визуальных материалов, полностью раскрывающему тему данной лекции. Эти материалы должны обеспечивать систематизацию имеющихся у слушателей знаний, предъявление новой информации, задание проблемных ситуаций и возможные разрешения.

Практическое занятие – это занятие, проводимое под руководством преподавателя в учебной аудитории, направленное на углубление научно-теоретических знаний и овладение определенными методами самостоятельной работы. В процессе таких занятий вырабатываются практические умения (вычислений, расчетов, использования таблиц, справочников, номограмм).

Перед практическим занятием следует изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу, обращая внимание на практическое применение теории и на методику решения типовых задач.

На практическом занятии главное - уяснить связь решаемых задач с теоретическими положениями. При решении предложенной задачи нужно стремиться не только получить правильный ответ, но и усвоить общий метод решения подобных задач. Для ведения записей на практических занятиях обычно заводят отдельную тетрадь по каждой учебной дисциплине.

Рекомендуется использовать следующий порядок записи решения задачи:

исходные данные для решения задачи (что дано); что требуется получить в результате решения; какие законы и положения должны быть применены; общий план (последовательность) решения; расчеты; полученный результат и его анализ.

Логическая связь лекций и практических занятий заключается в том, что информация, полученная на лекции, в процессе самостоятельной работы на практическом занятии осмысливается и перерабатывается, при помощи преподавателя анализируется до мельчайших подробностей, после чего прочно усваивается.

Лабораторная работа – связующее звено между теорией и практикой и проводится в целях практического освоения обучающимися научно-теоретических положений изучаемой дисциплины, овладения ими техникой экспериментальных исследований и анализа полученных результатов, привития навыков работы с лабораторными установками, контрольно-измерительными приборами и вычислительной техникой.

Для подготовки обучающихся к лабораторной работе разрабатывается задание. Задания могут быть одинаковыми для всех студентов учебной группы или индивидуальными. Для проведения трудных по организации лабораторных работ в дополнение к заданию могут разрабатываться описания лабораторных работ.

Для проведения лабораторной работы преподаватель разрабатывает план её проведения. После выполнения лабораторной работы обучающиеся оформляют и представляют преподавателю отчет по установленной на кафедре форме и защищают его.

Самостоятельная работа обучающихся способствует более глубокому усвоению изучаемой дисциплины, формирует навыки исследовательской работы и ориентирует на умение применять полученные теоретические знания на практике. Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем, ведущим данную дисциплину, и учитываются при допуске бакалавра к зачету/экзамену.

**Методические рекомендации по работе с литературой**

**Работа с информативными источниками**

**1. 1. Подготовка конспекта первоисточника**

***Написание конспекта первоисточника***(статьи, монографии, учебника, книги) – представляет собой вид внеаудиторной самостоятельной работы студента по созданию обзора информации, содержащейся в объекте конспектирования, в более краткой форме. В конспекте должны быть отражены основные принципиальные положения источника, основные методологические положения работы, аргументы, этапы доказательства и выводы. Ценность конспекта значительно повышается, если студент излагает мысли своими словами, в лаконичной форме.

Особо значимые места, примеры выделяются цветным подчеркиванием, взятием в рамку, пометками на полях, чтобы акцентировать на них внимание и прочнее запомнить. Недопустимо формальное переписывание из источника текста целыми абзацами и параграфами.

Работа выполняется письменно. Приветствуется составление развернутого плана прочитанного текста. Контроль может проводиться и в виде проверки конспектов преподавателем.

*Деятельность студента:*

 - читает материал источника, выбирает главное и определяет второстепенные моменты;

- устанавливает логическую связь между элементами темы;

- выделяет ключевые слова и понятия;

- заменяет сложные развернутые обороты текста более  
лаконичными (свертывание).

*Критерии оценки:*

- содержательность конспекта, соответствие плану;

- отражение основных положений, результатов работы  
автора, выводов;

- ясность, лаконичность изложения мыслей;

- наличие схем, графическое выделение особо значимой  
информации;

- соответствие оформления требованиям;

- аккуратность ведения конспекта;

- конспект сдан в срок.

**1.2. Составление плана текста**

***План текста*** – это последовательное отображение его ключевых частей в кратких, но четких формулировках, которые полностью соответствуют основной теме и содержанию текста. Для того чтобы составить качественный план, необходимо опираться на основные правила.

*Инструкция:*

1. Сначала прочитайте весь текст от начала до конца. Читайте вдумчиво, не торопитесь. Если вам попадается непонятное слово, обязательно выясните его значение в словаре.

2. Затем определите тему текста и его основную мысль. Тема – это то, о чем говорится в тексте, а основная мысль – это то, для чего он написан. Если у вас не получается сформулировать, прочтите текст еще раз.

3. Далее разделите текст на смысловые части. Внимательно прочитайте каждую из частей. Выделите в ней главное и озаглавьте.

4. Запишите пункты составленного плана на черновик. Снова прочитайте текст.  
Обратите внимание на следующее:  
- последовательно ли отражаются повороты сюжета текста;  
- точны ли формулировки пунктов;  
- не повторяются ли заголовки;  
- все ли главное вы выделили;  
- отражена ли тема и основная мысль текста в вашем плане.

5. Если погрешностей вы не заметили, то следует проверить себя. Перескажите или письменно изложите текст, руководствуясь составленным вами планом. Если план составлен хорошо, то вы без проблем сможете воспроизвести исходный текст.

6. Теперь аккуратно перепишите окончательный вариант плана в тетрадь.

* 1. **Оформление выписки из текста**

В толковом словаре говорится: «Выписать - значит списать какое-нибудь нужное, важное место из книги, журнала, сделать выборки» (от слова «выбрать»). Вся сложность выписывания заключается как раз в умении найти и выбрать нужное из одного или нескольких текстов. Выписки особенно удобны, когда требуется собрать материал из разных источников. Они могут служить подспорьем для более сложных видов записей, таких как тезисы, конспекты. Выписки можно составлять в гибкой форме, которая облегчала бы их накопление, изменение, а также подбор по какому - либо признаку или принципу.

*Инструкция:*  
1. Выписки делайте после того, когда текст прочитан целиком и понятен в целом.   
2. Остерегайтесь обильного автоматического выписывания цитат, взамен творческого освоения и анализа текста.   
3. Выписывать можно дословно (цитатами) или свободно, когда мысли автора излагаются своими словами. Большие отрывки текста, которые трудно цитировать в полном объеме, старайтесь, предельно сократив формулировку и сконцентрировав содержание, записать своими словами. Яркие и важнейшие места приводите дословно.

4. Записывая цитаты, заключайте их в кавычки, оберегайте текст от искажений. Но если выписки делаются из одного и того же текста, кавычки возле каждой цитаты можно не ставить. В этом случае все свои мысли излагайте на полях тетради, строго отделяя от цитируемого текста. Цитата, вырванная из текста, часто теряет свой смысл, поэтому не обрывайте мысль автора.

* 1. **Правила оформления тезисов**

***Тезисы*** позволяют обобщить изучаемый материал, выразить его суть в кратких формулировках, помогая раскрыть содержание книги, статьи и доклада. Тезисы принято подразделять на основные, простые, сложные. Простые тезисы (иногда их записывают в виде цитат) обнаруживаются при первоначальном ознакомлении с текстом, а основные можно составить лишь при уяснении сути и направленности источника в целом.

Основные тезисы часто создаются на базе простых, путем их обобщения, переделки и исключения как второстепенных.

Существенную помощь при написании тезисов оказывает предварительно составленный план, который полезно приложить к тезисам.

Если тезисы составляются к пунктам сложного плана, то главным пунктам могут соответствовать основные тезисы, подпунктам — простые тезисы.

*Инструкция:*   
1. При составлении тезисов не приводите факты и примеры.  
2. Сохраняйте в тезисах самобытную форму высказывания, оригинальность авторского суждения, чтобы не потерять документальность и убедительность.  
3. Изучаемый текст читайте неоднократно, разбивая его на отрывки; в каждом из них выделяйте главное, и на основе главного формулируйте тезисы.  
4. Полезно связывать отдельные тезисы с подлинником текста (на полях книги делайте ссылки на страницы или шифры вкладных листов).  
5. По окончании роботы над тезисами сверьте их с текстом источника, затем перепишите и пронумеруйте.

* 1. **Правила оформления схемы-конспекта**

***Конспект-схема*** - это схематическая запись прочитанного. Наиболее распространенными являются схемы «генеалогическое древо» и «паучок». В схеме «генеалогическое древо» выделяются основные составляющие наиболее сложного понятия, ключевые слова и т.п. и располагаются в последовательности «сверху вниз» — от общего понятия к его частным составляющим. В схеме «паучок» название темы или вопроса записывается и заключается в овал, который составляет «тело паучка». Основные понятия записывают на схеме так, что они образуют «ножки паучка». Для того чтобы усилить устойчивость «ножки», к ним присоединяют ключевые слова или фразы, которые служат опорой для памяти.

*Инструкция:*

1. Подберите факты для составления схемы и выделите среди них основные, общие понятия.  
   2. Определите ключевые слова, фразы, помогающие раскрыть суть основного понятия.  
   3. Сгруппируйте факты в логической последовательности, дайте название выделенным группам.  
   4. Заполните схему данными.

активнее употребляются пассивные конструкции (глагольные и причастные).

**2. Методические рекомендации по работе с Интернет-источниками**

В рамках самостоятельной работы обучающихся рекомендуется использовать новые информационные технологии для:

* поиска и обработки информации;
* написания творческой работы;
* поиска необходимого программного обеспечения для выполнения практических заданий;
* написание своего варианта плана лекции или ее фрагмента;
* составление библиографического списка; - подготовки фрагмента практического занятия; - прохождения компьютерного тестирования.

Особое внимание следует уделить надежности сайта. Список рекомендованных интернет-ресурсов содержится в рабочих программах дисциплин.

1. **Технология организации самостоятельной работы студентов с использованием компьютерных ресурсов**
2. **Подготовка материала-презентации**

***Создание материалов-презентаций***– это вид самостоятельной работы студентов по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint.

Материалы-презентации готовятся студентом в виде слайдов с использованием программы Microsoft PowerPoint. В качестве материалов-презентаций могут быть представлены результаты любого вида внеаудиторной самостоятельной работы, по формату соответствующие режиму презентаций.

Затраты времени на создание презентаций зависят от степени трудности материала по теме, его объема, уровня сложности создания презентации, индивидуальных особенностей студента и определяются преподавателем.

*Деятельность студента:*

* изучает материалы темы, выделяя главное и второстепенное;
* устанавливает логическую связь между элементами темы;
* представляет характеристику элементов в краткой форме;
* выбирает опорные сигналы для акцентирования главной информации и отображает в структуре работы;
* оформляет работу и предоставляет к установленному сроку.

*Критерии оценки:*

- соответствие содержания теме;

- правильная структурированность информации;

- наличие логической связи изложенной информации;

- эстетичность оформления, его соответствие требованиям;

- работа представлена в срок.

*Составление презентации*

К подготовке презентации необходимо подходить очень внимательно, в ней вы должны максимально эффективно и оптимально представить информацию вашего выступления. Разделите свой текст (который вам необходимо подать) на несколько блоков, чтобы составить план и определить число слайдов презентации. Каждый этап должен быть представлен заголовком и несколькими поясняющими предложениями: это могут быть определения, важные факты и т.п.

Внимательно отнеситесь к подбору шрифтов (лучше больший размер, чтобы увидели все), цветов (контрастные для текста и фона), презентация должна быть стильной, выдержанной, не пестрой и разноцветной (только если этого не требует предмет представления).

Нужно составлять презентацию так, чтобы глядя только на нее, вы смогли восстановить весь текст выступления без вспомогательных записей.

Обязательно создайте титульный лист, где нужно указать название темы, ваше имя. Обозначьте также план выступления и его цель. Завершением презентации должны стать выводы – ключевые моменты, на которых вам хотелось бы сделать акцент.

Включайте в презентацию цифры, таблицы, диаграммы и графики, фотографии, рисунки, формулы, такая наглядная подача информации и запоминается и воспринимается легче.

Мультимедийные презентации используются для того, чтобы выступающий смог на большом экране или мониторе наглядно продемонстрировать дополнительные материалы к своему сообщению: видеозапись, снимки, чертежи, графики. Эти материалы могут также быть подкреплены соответствующими звукозаписями.

*Общие требования к презентации:*

Презентация не должна быть меньше 10 слайдов.

Первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; название выпускающей организации; фамилия, имя, отчество автора; где работает автор проекта и его должность.

Следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы (моменты) урока-презентации. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

* Дизайн-требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста.

***Практические рекомендации по созданию презентаций.***

Создание презентации состоит из трех этапов:

*I. Планирование презентации* – это многошаговая процедура, включающая определение целей, формирование структуры и логики подачи материала.Планирование презентации включает в себя:

1. Определение целей.

2. Сбор информации об аудитории.

3. Определение основной идеи презентации.

4. Подбор дополнительной информации.

5. Планирование выступления.

6. Создание структуры презентации.

7. Проверка логики подачи материала.

8. Подготовка заключения.

*II. Разработка презентации* – методологические особенности подготовки слайдов презентации, включая вертикальную и горизонтальную логику, содержание и соотношение текстовой и графической информации.

*III. Репетиция презентации –* это проверка и отладка созданной презентации.

*Требования к оформлению презентаций*

В оформлении презентаций выделяют два блока: оформление слайдов и представление информации на них. Для создания качественной презентации необходимо соблюдать ряд требований, предъявляемых к оформлению данных блоков.

**Оформление слайдов:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Стиль** | Соблюдайте единый стиль оформления  Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самопрезентации.  Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текстом, иллюстрациями). |
| **Фон** | Для фона предпочтительны холодные тона |
| **Использование цвета** | На одном слайде рекомендуется использовать не более трехцветов: один для фона, один для заголовка, один для текста.  Для фона и текста используйте контрастные цвета.  Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).  Таблица сочетаемости цветов в приложении. |
| **Анимационные эффекты** | Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.  Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде. |

**Представление информации:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Содержание информации** | Используйте короткие слова и предложения.  Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.  Заголовки должны привлекать внимание аудитории. |
| **Расположение информации на странице** | Предпочтительно горизонтальное расположение информации.  Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.  Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней. |
| **Шрифты** | Для заголовков – не менее 24.  Для информации не менее 18.  Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.  Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.  Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.  Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных). |
| **Способы выделения информации** | Следует использовать:   * рамки; границы, заливку; * штриховку, стрелки; * рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов. |
| **Объем информации** | Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут единовременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.  Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде. |
| **Виды слайдов** | Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов: с текстом; с таблицами; с диаграммами. |